

Primero mi Familia

Estrategia de comunicación organizacional, para el desarrollo de la responsabilidad familia corporativa en la empresa fábrica de medios.

María Alejandra Restrepo Bahamón

Profesores Tutores

Victoria Angélica Quinche Ramírez
Daniel Martínez Molkes



Facultad de Arquitectura y Artes
Diseño Gráfico

Mayo 2017

Copyright © 2017 por María Alejandra Restrepo Bahamón
Todos los derechos reservados.

Tabla de contenido

CAPITULO 1.	5
DELIMITACIÓN TEMÁTICA	5
1.1 Análisis observacional	6
1.2 Identificación de entornos, contexto y población	7
1.3 Identificación de la situación a intervenir	9
CAPITULO 2	11
PLANTEAMIENTO DE LA SITUACIÓN	11
2.1 Formulación del problema	11
2.2 Pregunta de investigación	11
2.3 Objetivo general	12
2.4 Objetivos específicos	12
2.5 Justificación	12
CAPITULO 3	14
MARCO TEÓRICO Y ESTADO DEL ARTE	14
3.1 Responsabilidad social corporativa	14
3.2 Responsabilidad familiar corporativa	15
3.3 Crisis en la familia colombiana	16
3.4 Marco legal	20
3.5 Positive discipline parenting educator	20
3.6 Crianza Positiva	21
3.7 Tipologías en relación al estado del arte	22
3.8 Mapas mentales	26
3.9 Hallazgos Teóricos	30
3.10 Hallazgos Gráficos	31
CAPITULO 4	32
DESARROLLO METODÓLOGO PARA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	32
4.1 TOMEMOS UN RECESO	32
4.1.1 Actividad presentación	33
4.1.2 Vamos a crear una historia	33
4.1.3 Llegan las cartas	36
4.1.4 Tiempo con la familia Martínez Rueda	38
4.1.5 Actividad conclusión de tomemos un receso	39

CAPITULO 5	41
ANÁLISIS Y HALLAZGOS DE LA METODOLOGÍA	41
5.1 TOMEMOS UN RECESO	41
5.1.1 Hallazgos de la Presentación	41
5.1.2 Análisis de vamos a crear una historia.....	41
5.1.3 Hallazgos de vamos a crear una historia.....	45
5.1.4 Análisis de llegan las cartas	45
5.1.5 Hallazgos de llegan las cartas	47
5.1.6 Análisis tiempo con la familia	48
5.1.7 Hallazgos de tiempo con la familia.....	49
5.1.8 Hallazgos de la actividad de conclusiones	50
CAPITULO 6	51
DISEÑO.....	51
6.1 Conceptos teóricos	51
6.2 Análisis grafico	51
6.3 Estrategia de diseño	51
6.4 Objetivo General para la Estrategia de comunicación organizacional primero mi familia	58
6.5 Argumentación para la Estrategia de comunicación organizacional primero mi familia.....	58
6.6 Metodología para la Estrategia de comunicación organizacional primero mi familia ...	59
6.6.1. Expectativa.....	59
6.6.2. Educativa.....	60
6.6.3. Reto	60
6.6.4. Evento	60
6.7 Muestra gráfica de la Estrategia de comunicación organizacional primero mi familia..	61
6.7.1 Guía.....	69
6.7.2 Saltarines para la pantalla	70
6.7.3 Infografías	71
6.7.4 Muro familiar	72
6.7.5 Evento	73
6.7.6 Recordatorio.....	73
CAPITULO 7	75
CONCLUSIONES.....	75
CAPITULO 8	77
LISTA DE REFERENTES	77

Capítulo 1.

Delimitación temática

Primero mi familia es un proyecto de responsabilidad familiar desarrollado bajo términos académicos que se ocupa de investigar la problemática familiar más relevante al interior de los hogares de los empleados de la empresa *FM* (Fábrica de Medios), para con el posterior análisis de la información generar una estrategia de comunicación interna enmarcada en las políticas de desarrollo de la responsabilidad social corporativa de la empresa Fábrica de medios, que les permita plantear a futuro una cultura de información, educación y prevención al interior de la empresa

Fábrica de medios es una agencia de creativos que soluciona necesidades de comunicación gráfica y publicitaria para medios editoriales impresos o digitales de cada uno de sus clientes, con una trayectoria de ocho años en el mercado, se han especializado como una empresa reconocida en el sector farmacéutico y en un acompañamiento especializado y con una gran propuesta de valor.

Para un mayor desarrollo de la delimitación temática se hace un desglose de tres factores principales.

El primero de ellos, es un análisis observacional donde según esta metodología no participativa se llega a la razón de la situación a intervenir, el segundo de los factores es la identificación del entorno en el cual se va a desarrollar la temática, la especificación del contexto y el porqué de la importancia de este, dentro del desarrollo metodológico y por último en este factor

la descripción del público objetivo al cual está destinado el desarrollo de la propuesta gráfica.

El último factor dentro de la especificación de la delimitación temática es la identificación de la situación a intervenir.

1.1 Análisis observacional

A partir de la necesidad que manifiesta la empresa Fábrica de medios hacia el mejoramiento de su modelo de responsabilidad social corporativa y con el ánimo de fortalecer el factor humano, en su compañía a corto plazo se realiza un análisis observacional, en el cual se identifica que la empresa si tiene un modelo de responsabilidad social pero enfocado únicamente a dos aspectos de la responsabilidad social corporativa, los cuales son el ecológico y el económico, se evidencia que hace falta énfasis en el factor humano

Para conocer la verdadera situación y tener una visión más amplia de lo que estaba ocurriendo en el clima organizacional de la empresa *FM* con respecto a su plan de responsabilidad social corporativa, se realizó como primera medida una actividad de análisis observacional no participativo el día 9 de marzo del año 2017 en una jornada activa, se realizó un recorrido a través de las instalaciones de la empresa, mediante un diario de campo se realizaron unas breves anotaciones de lo que se pudo percibir con respecto a la situación del modelo de responsabilidad social corporativa que funciona actualmente en la empresa. Luego de este análisis observacional no participativo, se llega a la conclusión, que su modelo carece del factor humano y que el modelo más desarrollado es el ecológico.

Muchos modelos de responsabilidad social corporativa solo tienen en cuenta el factor ecológico o muchas veces el factor económico, dejando a un lado el factor humano pero dada la necesidad implícita de la empresa por fortalecer el factor humano en su compañía y una vez analizado que en efecto hay falencias en este aspecto se prosigue con planteamiento de la investigación para ahondar las necesidades no conocidas de los empleados de la empresa en el ámbito de la responsabilidad familiar corporativa

Para tener un mayor conocimiento sobre la responsabilidad familiar corporativa se procede a realizar una investigación teórica, teniendo en cuenta artículos o documentos que hablan sobre las relaciones y los conflictos dentro de la familia colombiana, como han evolucionado y como afectan los ambientes corporativos, los cuales nos darán las bases teóricas de la problemática general actual de nuestra sociedad y más específicamente, al interior de los hogares de las familias colombianas investigando así las situaciones más comunes, que generan más conflictos y una vez identificadas, brindar herramientas para que las personas tengan la posibilidad de ser conscientes de sus debilidades, se eduquen y sepan cómo actuar cuando se les presenten las situaciones, como las que se plantearán a partir de esta investigación y que serán respaldadas por una estrategia de comunicación en este proyecto.

1.2 Identificación de entornos, contexto y población

El entorno de investigación de este proyecto es la empresa y el tiempo en el cual sus empleados laboran en ella, una jornada de ocho horas una hora de almuerzo y dos recesos de 15 minutos cada uno.

El modelo metodológico de investigación tiene como objetivo indagar sobre las problemáticas familiares más relevantes al interior de los hogares de los empleados de la empresa y analizar más de cerca todas estas situaciones, para esto se plantea una metodología investigativa, donde cada empleado participará de manera activa iniciando la implementación de la inclusión de ellos en la estrategia de responsabilidad familiar

La población objetivo para el desarrollo de esta estrategia de responsabilidad familiar es todo aquel empleado de la empresa *FM* que haga parte de una familia como primera condición, donde su rol sea de responsabilidad moral, afectiva y/o económica dentro de su familia (puede ser padre, madre, tío, tía, abuelo, abuela, hermano, hermana, primo, prima incluso nietos), que sea mayor de edad esté vinculado y activo dentro de la empresa (que esté vigente su actividad laboral o se encuentre contratado) y que de su actividad laboral dependa parte de la responsabilidad moral o económica dentro de su familia.

Donde el público objetivo son los empleados de la empresa, al cual se dirige en primera instancia la estrategia metodológica del desarrollo del plan de responsabilidad familiar corporativa, no olvidando el público indirecto de este proyecto, son los hijos de estos empleados, los cuales recibirán a futuro los resultados de la estrategia de responsabilidad familiar corporativa aplicado a sus padre u acudientes.

1.3 Identificación de la situación a intervenir

Como ya hemos determinado, la empresa *FM*, tiene un modelo de responsabilidad social corporativa, enfocado al aspecto ecológico y económico y mediante su necesidad manifiesta y el análisis inicial se determina que es necesaria la implementación de una estrategia de comunicación que aliente la responsabilidad familiar corporativa ya que para la empresa este aspecto se plantea como una prioridad y un plan a desarrollar a corto plazo, se toma como referente un artículo llamado empresa ser familiarmente responsable. Chinchilla, N. & León, C. (2008). Ser empresa familiarmente responsable. Madrid: ISES. En el cual explican por qué es importante la inclusión de una estrategia de responsabilidad familiar corporativa, ya que el empleado no es solo un empleado y no solo tiene una vida laboral, sino que este también tiene una vida fuera de su entorno laboral tiene una familia, tiene situaciones que afrontar luego de una jornada laboral y muchas veces por cargas laborales se afectan las situaciones familiares, causando efectos negativos en sus relaciones laborales y familiares.

Todas las familias presentan situaciones que no son manejadas de manera apropiada y estas pueden ser de diversas naturalezas de las cuales identificaremos la más relevante mediante un proceso de investigación y recolección de datos.

La estrategia plantea mejorar de manera positiva el entorno familiar, sus relaciones y el impacto de la productividad de sus empleados y en ambiente laboral sano.

Es allí donde se realiza una investigación de los posibles resultados positivos de la inclusión de Esta estrategia de responsabilidad familiar corporativa dentro de le empresa *FM* tomando como referente un artículo titulado el impacto positivo de la Responsabilidad Familiar Corporativa. Chinchilla, N. (2012, 30 de noviembre). El impacto positivo de la Responsabilidad Familiar Corporativa. IESE. Recuperado de <http://www.iese.edu/es/conoce-iese/prensa-noticias/noticias/2012/noviembre/elimpactopositivodelaresponsabilidadfamiliarcorporativa/> donde se presentan varios casos de éxito de empresas, donde ya fueron aplicados diferentes modelos de responsabilidad familiar corporativa y como resultado un efecto positivo en el desarrollo de las conductas de sus empleados a nivel emocional, también es expuesto como se incrementó la productividad laboral a consecuencia de tener un modelo de responsabilidad familiar corporativa.

Capítulo 2

Planteamiento de la situación

Este proyecto busca que a través de la inclusión de una estrategia de comunicación de responsabilidad familiar corporativa, los empleados de la empresa *FM*, tomen conciencia sobre el fin de su actividad laboral y el inicio de su responsabilidad familiar en el tiempo libre, para esto se plantea que la estrategia brinde herramientas para que empleados de la empresa *FM* cumplan una jornada laboral, se informen, se eduquen y desarrollen habilidades de manejo de conflictos familiares para el mejoramiento de la relación intrafamiliar en sus hogares.

2.1 Formulación del problema

Esta estrategia de comunicación se formula desde el ámbito académico del diseño gráfico como una ciencia social que permite realizar una investigación cualitativa y así desarrollar la metodología de implementación de la responsabilidad familiar corporativa para la empresa *FM* dado que no cuentan actualmente con ella.

2.2 Pregunta de investigación

¿Cómo promover que los empleados de la empresa Fábrica de Medios, mejoren sus habilidades para afrontar la problemática familiar más común dentro de su hogar y mejorar sus relaciones interpersonales de manera positiva mediante la inclusión de una estrategia de responsabilidad familiar corporativa?

2.3 Objetivo general

Desarrollar una estrategia de responsabilidad familiar corporativa para la empresa fábrica de medios, complementada con herramientas gráficas que informen, eduquen y prevenga a sus empleados sobre la problemática más relevante al interior de sus hogares, que genere un mejoramiento en conciliación de sus relaciones familiares y laborales.

2.4 Objetivos específicos

-Recopilar de datos clave, mediante una investigación metodológica, las descripciones de los problemas más relevantes al interior de los hogares de los empleados de la empresa Fábrica de medios.

- Identificar como se abordan estos problemas de manera empírica en los hogares, como lo solucionan y/o lo corrigen los empleados de la empresa Fábrica de medios.

- Identificar qué estrategia de comunicación desde el área del diseño será pertinente para este proyecto.

2.5 Justificación

Dada carencia de un modelo enfocado a lo humano y lo familiar, la empresa Fábrica de Medios entiende que tiene la necesidad de implementar una estrategia de comunicación que fomente en sus empleados el mejoramiento de sus habilidades en el entorno familiar dado que como evidencia existen problemáticas en los hogares. Con esta estrategia se busca que haya un

cambio positivo en sus relaciones interpersonales y que esto a su vez tenga un impacto de igual manera en la productividad y el buen ambiente de la empresa.

Capítulo 3

Marco teórico y estado del arte

Este es un recopilado de todos los textos y documentación que se ha tomado como referentes importantes dentro de marco de la investigación cualitativa para el desarrollo del proyecto.

3.1 Responsabilidad social corporativa

Para comenzar a reconocer más de cerca el contexto en el cual se va intervenir y a trabajar, es importante conocer a fondo ¿qué es el término de responsabilidad social empresarial?, la responsabilidad social empresarial puede ser entendida como la práctica de actividades enfocadas hacia el desarrollo personal de sus empleados.

Los factores de la responsabilidad social corporativa están dirigidos a políticas como: política ambiental, política de derechos humanos (sociales) y una política económica. Generalmente se realiza con el objetivo de desarrollar un impacto positivo en los empleados y lograr un equilibrio interno laboral ecológico, social y económico.

"De resorte legal en el país no existe norma alguna que aborde y desarrolle la RSE" Guerrero, A. & Ruiz, G. (2015). Estatus jurídico de la responsabilidad social en Colombia. Bogotá. Recuperado de <http://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/3258/3490>

Muchas empresas colombianas tienen un marco de desarrollo interno de responsabilidad

social, reflejado en el rendimiento de sus empleados en actividades internas y externas generando una ganancia completa en el crecimiento social de la empresa.

En el gestionamiento del desarrollo de la responsabilidad social empresarial y la política social de derechos humanos se abarcan temáticas como el ámbito personal de las familias de cada uno de los empleados siendo este es un pilar esencial en el desarrollo crecimiento.

También se realizó una investigación sobre la responsabilidad social empresarial en diversas compañías como lo son (Bavaria, home center y Epm). Con estos referentes se profundiza, de cómo funcionan los proyectos dentro del marco de la responsabilidad social empresarial en las empresas mencionadas anteriormente.

Cabanas (2012) resalta la importancia de la responsabilidad social empresarial dentro del entorno laboral y como este influye de manera positiva sobre los empleados generando un mejor desarrollo por parte de ellos en sus actividades por cumplir en el ámbito laboral.

Con un concepto más claro de que es y cómo funciona la responsabilidad social corporativa se profundiza en el factor humano, factor en el cual se va a desarrollar este proyecto.

3.2 Responsabilidad familiar corporativa

Según la autora Chinchilla (2012), la responsabilidad familiar empresarial es un compromiso del marco de la responsabilidad social empresarial frente a sus empleados, donde la realización de actividades para el fortalecimiento de las relaciones familiares conlleva un

impacto directo a la empresa, donde la satisfacción del individuo ante lo personal, laboral y familiar mejora su actitud, eficacia y motivación en los diferentes ámbitos mencionados anteriormente. Algunos artículos claves de la responsabilidad familiar corporativo son: empresa familiarmente responsable y empresa amiga de la infancia.

Dentro del desarrollo para la identificación de la situación a intervenir, se mencionan dos artículos que son la primera fuente frente de la responsabilidad familiar corporativa, el primero de ellos escrito Chinchilla & Llorente (2008) afirman que: "la conciliación trabajo-familia es uno de los grandes retos de la sociedad actual. Cada vez son más las empresas que buscan convertirse en Empresas Familiarmente Responsables (EFR) y desarrollan políticas para lograr compatibilizar vida laboral, familiar y personal". donde se muestra de primera mano la importancia del desarrollo de un modelo de responsabilidad familiar corporativa dentro de las empresas, continuando con la importancia de este modelo y los resultados positivos se vuelve a citar el documento. Chinchilla, N. & León, C. (2008). Ser empresa familiarmente responsable. Madrid: ISES. Donde se muestra el resultado de varias empresas en el cual el desarrollo de un modelo de responsabilidad familiar corporativo y los resultados fueron positivos, donde los conceptos que más resaltan en este documento tras la conclusión de los resultados son el compromiso la satisfacción conciliación y flexibilidad.

3.3 Crisis en la familia colombiana

En Colombia debido a muchos factores tanto como sociales, económicos y personales han incrementado las situaciones de crisis familiares en los hogares. Mera, A. (2015). Expertos le explican por qué la familia colombiana está en crisis. Bogotá: El país. Este artículo hace mención

que en Colombia la estructura familiar presenta una tendencia al aumento de una la inestabilidad nunca antes visto, ya que en este momento la prioridad de las familias colombianas es entrar en el mundo moderno, dejando a un lado la tradición familiar. Este artículo del diario el país presenta el siguiente estudio Mapa Mundial de la Familia (2014), realizado por las entidades Child Trends, Social Trends Institute y ocho universidades del mundo, incluida la de La Sabana por Colombia. La investigación analiza indicadores de 49 países, en el cual por supuesto se menciona a Colombia. Y su croquis no es el mejor: El 55 % de los niños del país viven con adultos diferentes a sus padres, haciéndolos vulnerables a la violencia, hacinamiento y abusos. Un 11 % viven sin sus dos padres. El 84 % de los bebés nacen de madres solteras y es el país donde más crece la unión libre (35 %) y cae el matrimonio (19 %). Y toda esta inestabilidad familiar, golpea a los hijos (Mera 2015).

Dentro de este estudio el profesor e investigador Pablo Andrés Salazar del instituto de la familia de la universidad de la sabana hace un resumen sobre los principales factores que afectan sociedad; el primero de ellos es la separación entre los padres, afectando al hijo en primera instancia, truncando su desarrollo psicosocial y psico - afectivo, los padres como resultado interponen la necesidad económica como primer plano olvidando su responsabilidad familiar frente a su hogar.

Otro factor crítico está derivado del conflicto social de Colombia, muchos padres mueren prematuramente y esto conlleva muchas veces a traumas que la familia sabe asumir apropiadamente, muchas veces los obliga a una separación familiar o al inicio de una nueva vida en otra ciudad, cambios que no son fáciles de manejar para una familia en crisis. Otra situación problema en las familias colombianas la menciona la médica Carolina Castro donde menciona

que la ausencia de las madres o padres que tengan una responsabilidad económica en el hogar por las excesivas jornadas laborales traen como consecuencia la desnutrición que se ve reflejada en el cabello reseco, piel manchada, unas débiles y una mirada en los niños algo opacada y triste, como consecuencia de esta ausencia por falta de tiempo los padres biológicos ceden sin intención el papel de padre o madre a otros miembros de la familia o cuidadores.

Algo de suma importancia, dentro de este artículo es la mención realizada por el medico óscar Echeverri Cardona presidente de la fundación Restrepo Barco donde el papel de la mujer ha afectado radicalmente la situación de responsabilidad familiar en el hogar, a consecuencia del derecho de igualdad entre hombre y mujeres y la evolución de un mundo machista a un mundo igualitario. Este también hace mención a las nuevas relaciones que se han desarrollado entre padres e hijos, anteriormente la relación padres e hijo era una relación de respeto, de autoridad en el hogar. Donde los padres tenían un total dominio de las diferentes situaciones que se presentaban, en el mundo moderno en el cual vivimos, estas relaciones han cambiado de manera drástica pues los padres ahora son amigos, confidentes y cómplices de sus hijos, pero la autoridad y respeto se ha desdibujado.

Opiniones compartidas frente a la organización aldeas infantiles SOS Colombia (2010), donde en una de sus campañas llamada “detenlo ya” hace énfasis en la violencia y la problemática familiar, este proyecto muestra como la violencia en el hogar es uno de los principales motivos por los cuales miles de niños no tienen un óptimo cuidado por parte de sus familias y los aleja de la posibilidad de crecer y vivir en entornos seguros como niños, llevando como consecuencia un desintegración familiar.

Bajo la problemática de la crisis familiar en Colombia se encuentra otro artículo Sierra (2013, 09 de Julio). La familia en Colombia está en crisis. Revista semana. Recuperado de <http://www.semana.com/vida-moderna/articulo/la-familia-colombia-esta-crisis/351347-3> comienza con un encabezado muy particular: "Según un estudio hecho en 47 naciones, Colombia es el país donde la gente se casa menos, apenas la mitad de los hogares tienen a los dos padres y 40% de los niños vive con otras personas además de su familia" este artículo el autor toma como base el fundamento que en Colombia la tasa de unión libre ha aumentado, pues la mayoría de la población colombiana prefiere comenzar su núcleo familiar sin tener una base matrimonial, ya sea porque su vida amorosa comienza muy joven o simplemente por el ámbito socio cultural que se ha desarrollado gracias a la vida moderna, donde la estructura familiar se ha modificado.

El profesor e investigador Álvaro Sierra del Instituto de la Universidad de la Sabana indica que actualmente en los hogares colombianos quien toma la responsabilidad familiar es la mujer, convirtiéndose en la madre cabeza de hogar, donde muchas veces a estas acciones conllevan a que se altere el rol del padre dentro del hogar y la crianza entre padre y madre afecta al hijo en su desarrollo social, con el tiempo estos hijos entran a un nuevo desarrollo socio cultural llamado el modernismo y entran a la adolescencia, esta etapa compleja e influenciada por la vida moderna llevan a que el joven, no asuma compromisos de ninguna índole. Para Claudia Gómez (2013) directora de investigación de Pro familia estos cambios no son buenos, pero a la vez tampoco son malos, ya que la base de relación familiar siempre va estar presente en cada individuo, es la responsabilidad familiar de cada individuo quien marca la pauta dentro de su hogar.

3.4 Marco legal

Dentro de la investigación es clave resaltar que, por derecho legal en Colombia, las personas tiene derecho a una familia donde el gobierno colombiano estipula una legislación referente a la familia donde entran los siguientes 9 artículos que se encuentra en la constitución colombiana del año 1991 y son los siguientes: artículo 5, artículo 13, artículo 15, artículo 28, artículo 42, artículo 43, artículo 44, artículo 46 y artículo 67.

3.5 Positive discipline parenting educator

Dentro del proceso del método de investigación cualitativa se desarrolla una entrevista con una experta profesional en el tema familiar, la Psicoterapeuta Viviana Aguirre (2017), egresada de la universidad de los andes especializada en terapias alternativas certificada como positive discipline parenting educator.

En esta entrevista ella menciona que el tiempo dentro del hogar es algo fundamental dentro de las relaciones familiares, ya que muchas veces los padres o acudientes, llegan con un nivel de carga laboral a la casa y eso afecta directamente a los niños, otro factor importante es como actualmente no se tiene estipulado una normatividad dentro del hogar, y esto con lleva a que los padres no sepan cómo actuar frente a ciertas situaciones problemas y es en esta entrevista donde la experta menciona un factor importante para el desarrollo de las buenas relaciones intrafamiliares y es la crianza positiva.

3.6 Crianza Positiva

Ramírez (2005) plantean que la crianza positiva, son aquellas estrategias y prácticas de conducta de valores que ejerce la autoridad del hogar frente a los niños, donde se mencionan cuatro factores importantes que se desarrollan en la mayoría de los hogares dentro del marco de la crianza positiva: el primero es un estilo autoritario, donde el padre muestra su autoridad en el hogar, el segundo es el estilo democrático donde en conjunto con los miembros de la familia se deciden cual son las normas del hogar, el tercero de ellos es un estilo permisivo donde los padres se deja llevar por el afecto dejando a un lado el modelo de autoridad y el cuarto de ellos es el estilo indiferente cuando el modelo de autoridad no muestra interés en el hogar ya nace por falta de tiempo o desinterés.

Continuando con la investigación de la crianza positiva, el instituto colombiano de bienestar familiar presenta una cartilla titulada crianza positiva (2015) en al cual se resalta la importancia que generar la creación de vínculos entre los niños y sus cuidadores y se muestra la importancia de la aplicación de la crianza positiva en todas las situaciones cotidianas. Esta cartilla finaliza con la presentación de situaciones que promueven la crianza positiva y son las siguientes: la palmada no sirve para educar, con los golpes y gritos sólo se logra asustar a los niños y niñas,

dialogar y se explicar qué hace mal, Pegar y gritar sólo lastima la autoestima de los niños y niñas, se debe hablar con los niños y niñas para construir normas conjuntamente, cuando sientan rabia recuerden que usted es el adulto, cuando el adulto se equivoca con los niños y las niñas y se debe pedir perdón y por último no importa la edad todos los niños y niñas necesitan afecto, comprensión, tiempo y respeto (ICBF 2015).

A continuación, acerca de la crianza positiva se toma como referente Save The Children. (2011). La guía de cuidad protectora. Bogotá: Save The Children. Esta es una cartilla para la secretaria de integración social la cual abarca varios temas para la protección de la primera infancia, uno de estos es la crianza positiva donde expone como debe ser la crianza de los niños en varios ámbitos, como en el hogar en los jardines, en las comunidades y otras instituciones, ya que el temas central de este proyecto es la crianza positiva al interior de la familia se puntualiza que el respeto y lo valores dentro del hogar es vital para una buena relación familiar entre padre e hijos.

Save The Children. (2008). El ABC de la crianza positiva. Bogotá: Save The Children. Es una cartilla que presenta un método para eliminar los castigos con golpes a los niños, dentro del hogar y buscar otras maneras de autoridad y respeto.

Tras una investigación teórica relaciona al objetivo general se procede a la realización de una investigación de referentes ya existentes frente a la situación a intervenir.

3.7 Tipologías en relación al estado del arte

En la búsqueda de materiales, herramientas y campañas con relación a la responsabilidad familiar se presentan la siguiente documentación.

El primero de ellos es una campaña realizada por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar llamada Escuelas Itinerantes de Familia, el cual fue liderado por Doctor Ileras (2016).



Lleras, C. (2016). Escuelas itinerantes de familia [Imagen]. Recuperado de <http://www.icbf.gov.co/portal/page/portal/PortalICBF/Especiales/EscuelaFamilia>

Escuelas itinerantes de familia es un proyecto que busca brindar a los padres pautas para que puedan tener una convivencia familiar fuerte desde los vínculos afectivos.

Donde maneja diferentes módulos, cada módulo lleva una explicación de un tema en específico como se observa en la imagen, el aporte que arraiga este proyecto es como desde un taller guiado

por una cartilla se puede informar a las personas sobre vínculos afectivos que mejoren la relación intrafamiliar.

El segundo material que se toma como referente está realizado por el gobierno de Chile donde desde sus ministerios de salud maneja las relaciones intrafamiliares como una prioridad en la cultura de los habitantes, y es allí donde surgen dos campañas la primera se titula: Nadie es perfecto y la segunda es titulada: amor, presencia y compromiso de padre.

Nadie es perfecto es una campaña que al igual que familias itinerantes es manejada mediante una pauta visual a modo de cartilla donde cada uno de los casos a tratar se maneja mediante ilustraciones y la caracterización de personajes, nadie es perfecto fue realizada en el programa

llamado Chile crece contigo (2009).

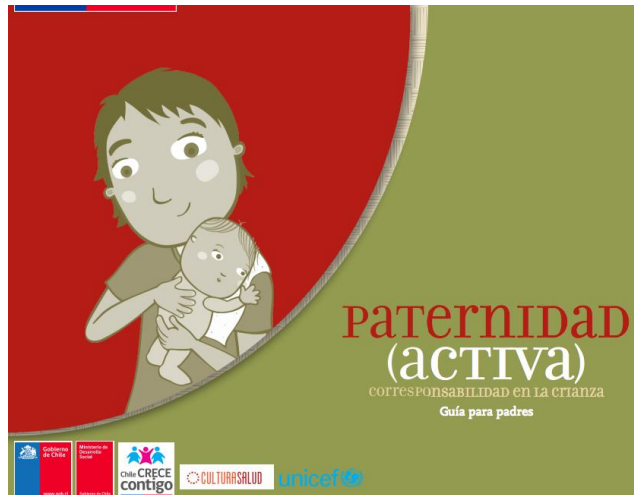


Chile crece contigo. (2009). Nadie es perfecto[Imagen]. Recuperado de

<http://www.crececontigo.gob.cl/tema/padres-madres-cuidadores/>

Nadie es perfecto, nace bajo la necesidad de educar a los padres chilenos que no se puede ser perfecto, pero es posible llegar a lograr una convivencia sana en el hogar mediante una ayuda, y es allí donde nace la idea de crear un taller de habilidades de crianza para los padres en niños de cero a cinco años de edad.

Nadie es perfecto, es una guía ilustrada donde a partir de la opción de un experto se le expone al padre habilidades frente a situación y como debe ser la manera precisa de solucionar, tema arraigado a este proyecto donde se busca informar, educar y prevenir a los padres frente a la situación que más se presenta en los hogares de los empleados de la empresa fábrica de medios.

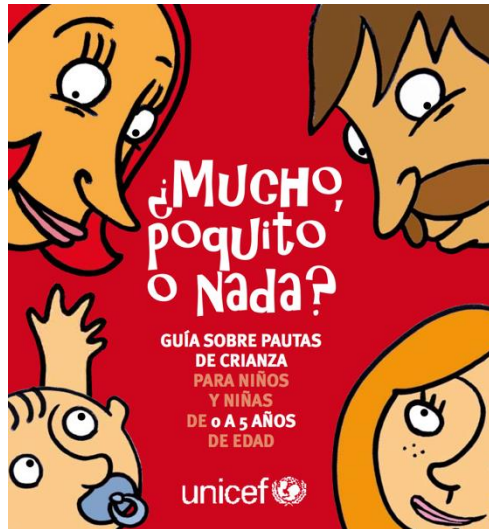


Guía de paternidad activa para padres. (2013). Amor, presencia y compromiso de padre

[Imagen]. Recuperado de

http://www.unicef.cl/web/wp/content/uploads/doc_wp/guia%20paternidad%20activa%20y%20corresponsabilidad%20de%20la%20crianza.pdf

Amor, presencia y compromiso de padre, es una guía dirigida al público masculino del hogar en este caso los padres o cuidadores hombres, el cual tiene el objetivo de dirigirse a los padres y educarlos como una pieza importante dentro del desarrollo del hogar, donde ellos también pueden opinar, educar y ser los encargados del hogar. Lo más atractivo y que se vincula directamente a la investigación de este proyecto es como desde cualquier que sea el rol del empleado de la empresa Fábrica de medios (madre, padre, tío, prima, abuela, abuelo, etc.) puede manejar las situaciones problemas dentro de su hogar y aportar de manera positiva para el mejoramiento de las relaciones intrafamiliares.



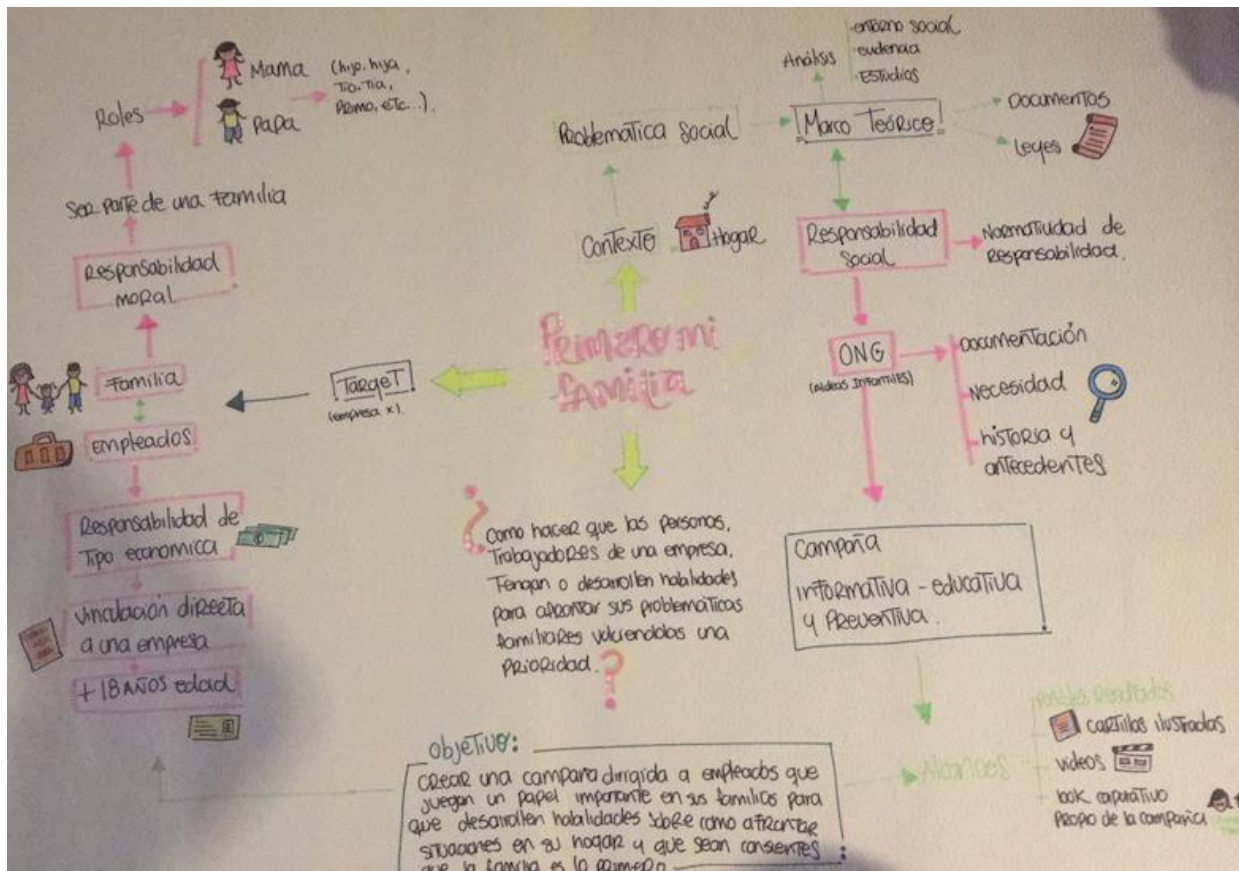
UNICEF. (2011). ¿Mucho, poquito o nada? [Imagen]. Recuperado de

http://files.unicef.org/uruguay/spanish/guia_crianza.pdf

La guía ¿Mucho, poquito o nada?, tiene el objetivo de informar a los padres y cuidadores sobre consejos vinculados a la crianza positiva, esta guía salió a la venta en el país de Uruguay, esta guía es pertinente tomar como referencia ya que tiene pautas muy marcadas sobre la crianza positiva en diferentes situaciones. Una guía demasiado ilustrada con colores llamativos textos grandes y la identificación de cada uno de los integrantes de la familia de manera gráfica. Ya que en el desarrollo de esta investigación el mejor desarrollo para la situación a intervenir debe estar ligada al desarrollo de la crianza positiva.

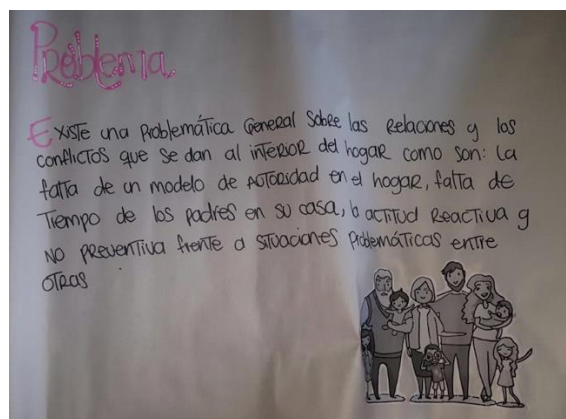
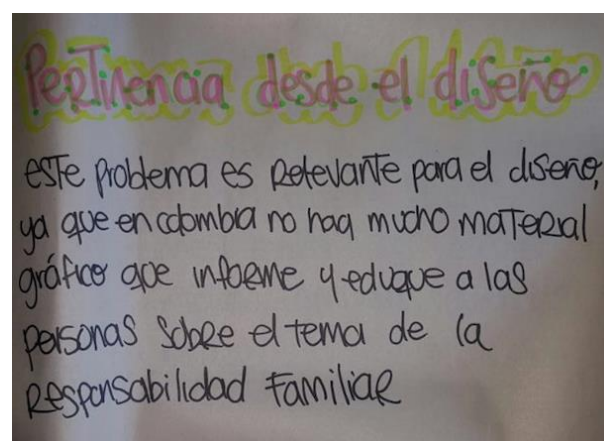
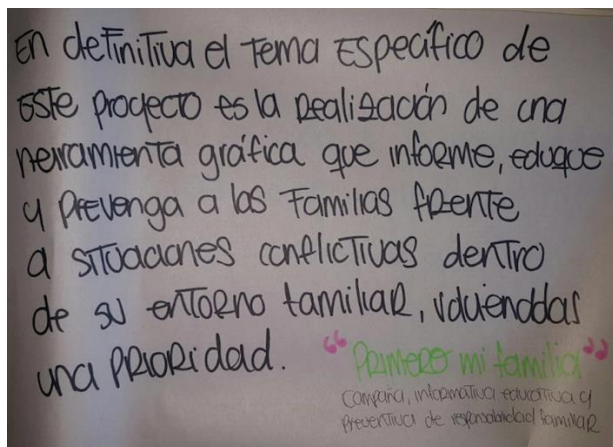
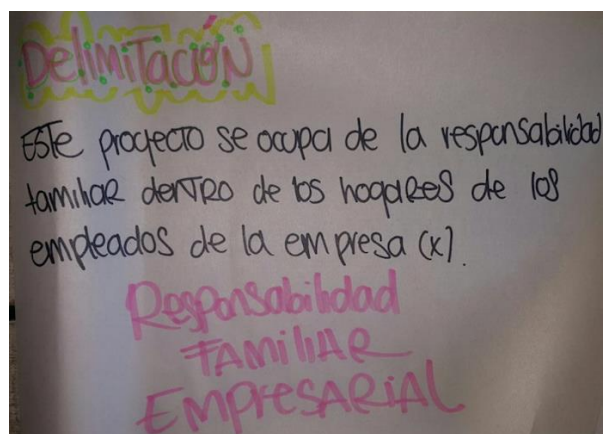
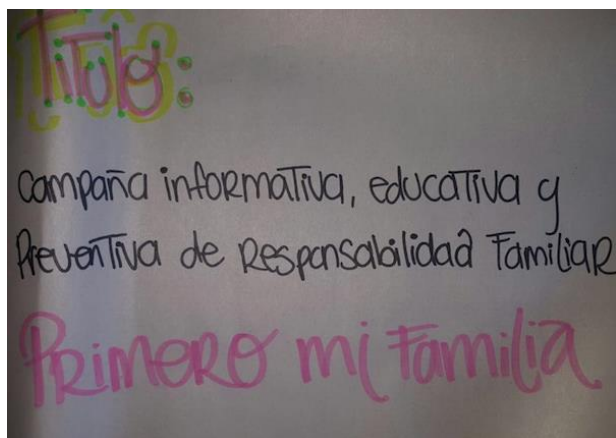
3.8 Mapas mentales

A continuación, se presenta una muestra de cómo ha sido todo el desarrollo investigativo del proyecto desde que comenzó su realización y toda la evolución que se ha desarrollado mediante el método cualitativo de investigación.

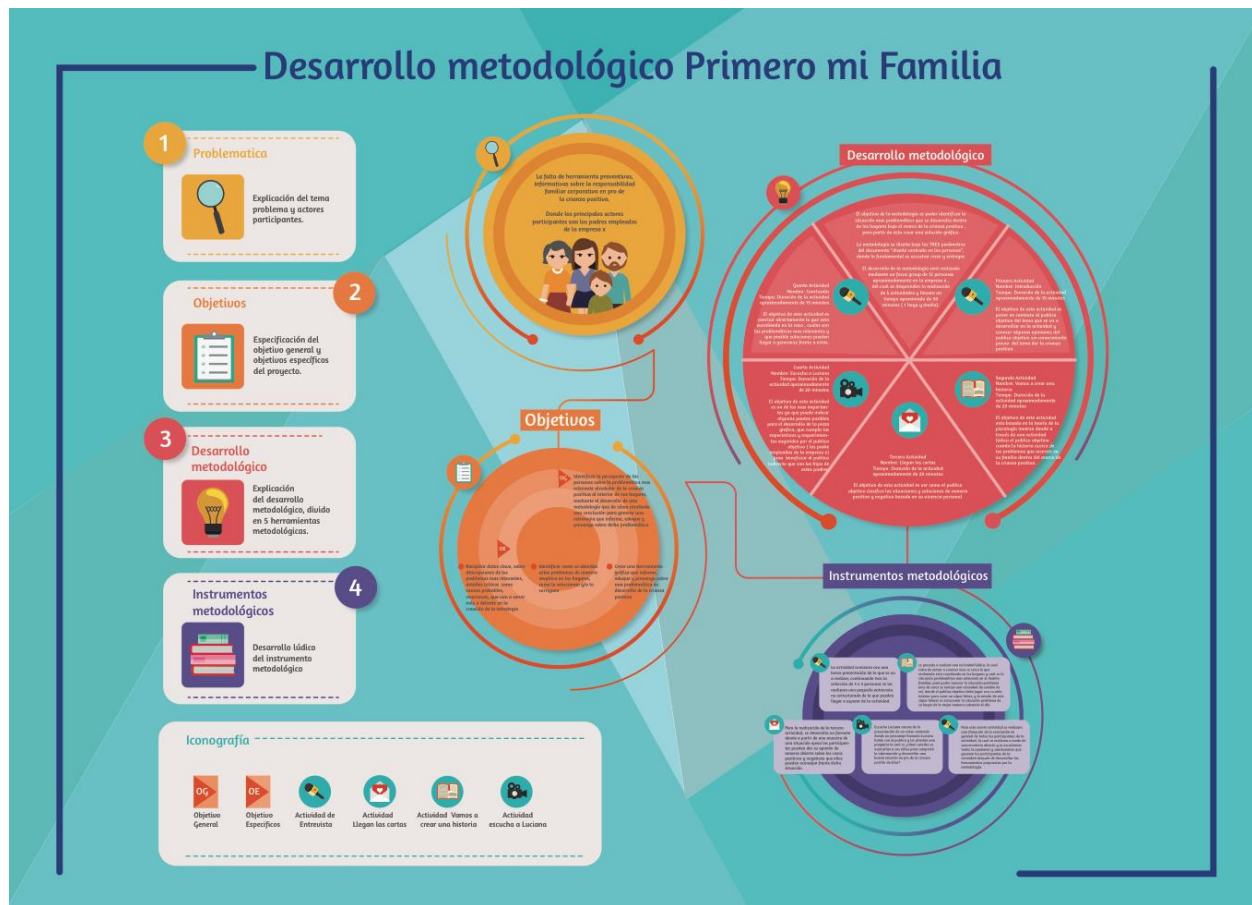


Restrepo, M. (2017). Desarrollo red de conceptos 01 [Fotografía]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

Esta fotografía muestra un primer acercamiento al desarrollo general de primero mi familia, como de cuál es su público objetivo la pregunta investigadora, el objetivo general el marco teórico y los factores a desarrollar la investigación arraigado a la situación a intervenir.

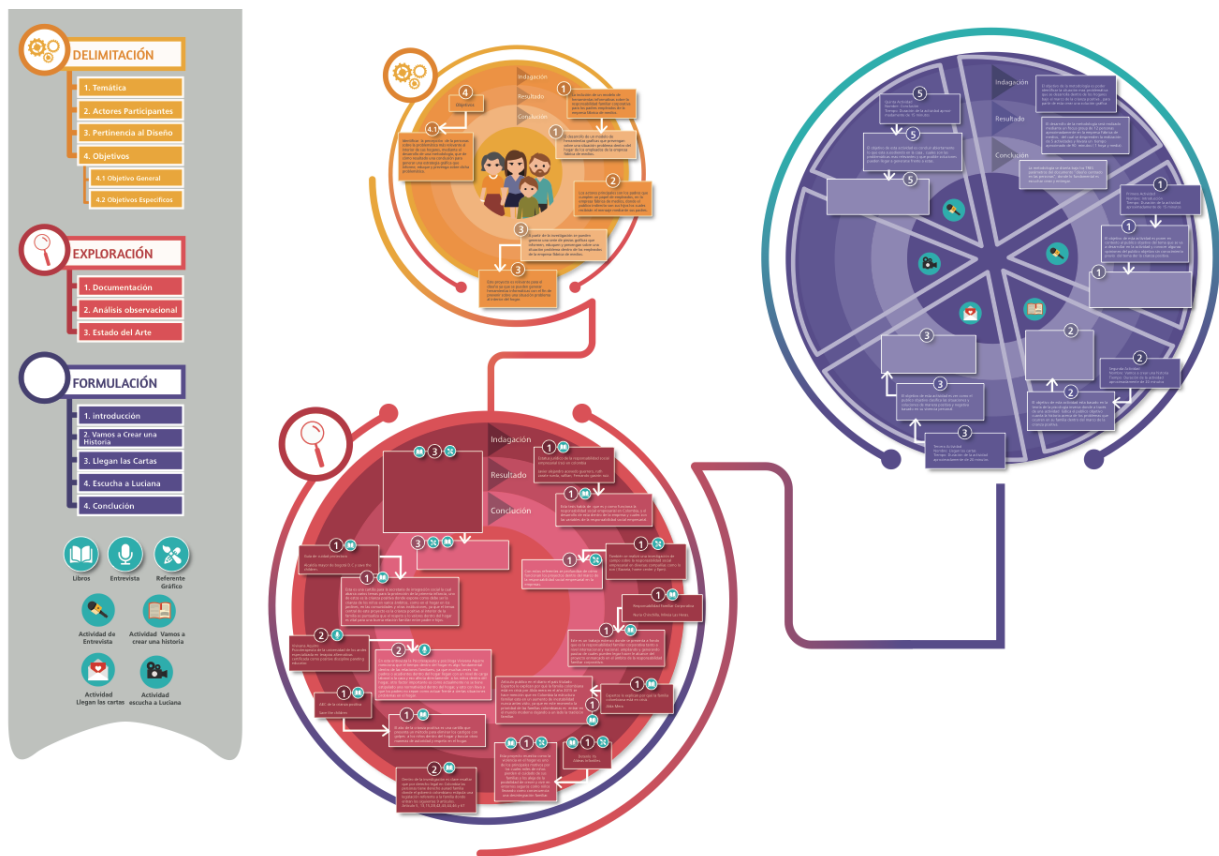


Restrepo, M. (2017). Desarrollo red de conceptos 02 [Fotografía]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.



Restrepo, M. (2017). Desarrollo red de conceptos 03 [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

El desarrollo de esta imagen presenta como la situación a intervenir se desglosa en tres proceso, el primero de ellos es el desarrollo de la problemática, el segundo es el desarrollo de los objetivos tanto como el objetivo general y los objetivos específicos, el tercer desarrollo es la explicación detallada del desarrollo metodológico donde se muestra el objetivo de la metodología y de ahí se despliega la explicación de los instrumentos a utilizar para la recolección de información a los empleados de la empresa fábrica de medios.



Restrepo, M. (2017). Desarrollo red de conceptos 04 [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

3.9 Hallazgos Teóricos

Tras el desarrollo realizado mediante el método de investigación cualitativo se puede generar un análisis teórico que proporciona como conclusión las tres principales situaciones problemas que más se presentan al interior de los hogares.

- Falta de un modelo de autoridad en el hogar.

- Falta de tiempo de los padres en el hogar.

- Manera de reaccionar frente a los conflictos con los hijos.

3.10 Hallazgos Gráficos

Tras el desarrollo realizado mediante la investigación del estado del arte se identificadas ciertas características propias de estas herramientas gráficas

- Informativos
- Ilustrados (Familias, hijos padres, etc.)
- Iconográficos
- Coloridos
- Tipografía grande y de Fácil lectura
- Historias cortas y concretas

Capítulo 4

Desarrollo metodológico para recolección de información

4.1 Tomemos un receso

La metodología se desarrolló en un tiempo de tres semanas, la primera semana fue dedicada a la realización de los instrumentos metodológicos, la segunda para la aplicación a los actores participantes empleados de la empresa Fábrica de medios, y la tercera para evaluación basada en un registro fotográfico y una categorización de cada instrumento metodológico aplicado.

La metodología se diseña bajo los tres parámetros del documento “diseño centrado en las personas”, donde lo fundamental es escuchar crear y entregar.

Tomemos un receso (actividad para recolección de información), se realizó mediante un focus group de diez personas, cada una de ellas con diferente ocupación laboral en la empresa Fábrica de medios, del cual se desprendieron la realización de cinco actividades y llevo un tiempo aproximado de noventa minutos.

Para la realización de la actividad se destinaron dos días los cuales fueron el cuatro de abril y cinco de abril del año dos mil diecisiete, cada día se realizó la actividad con un grupo de cinco personas en los cuales se encontraban diferentes empleados de la empresa Fábrica de medios con diferentes ocupaciones laborales.

El lugar más oportuno para la realización de la actividad dentro de la empresa fue la sala de Juntas, ya que en este espacio se podían alejar del ámbito laboral y centrarse en la actividad tomando una pequeña pausa activa dentro de sus labores.

Para el desarrollo de las cinco actividades de tomemos un receso, se realizó una propuesta de formatos innovadores para a la recolección de datos ya que esta actividad se presenta como una pausa activa para los empleados de la empresa fábrica de medios.

4.1.1 Actividad presentación

La presentación es la primera actividad que se muestra frente a los actores participantes y tiene una duración de cinco minutos.

El objetivo de esta actividad es poner en contexto a los empleados de la empresa Fábrica de medios del tema que se va a desarrollar en la actividad.

4.1.2 Vamos a crear una historia

La segunda actividad se denominó, vamos a crear una historia, la cual tiene un propósito de duración aproximado de treinta minutos.

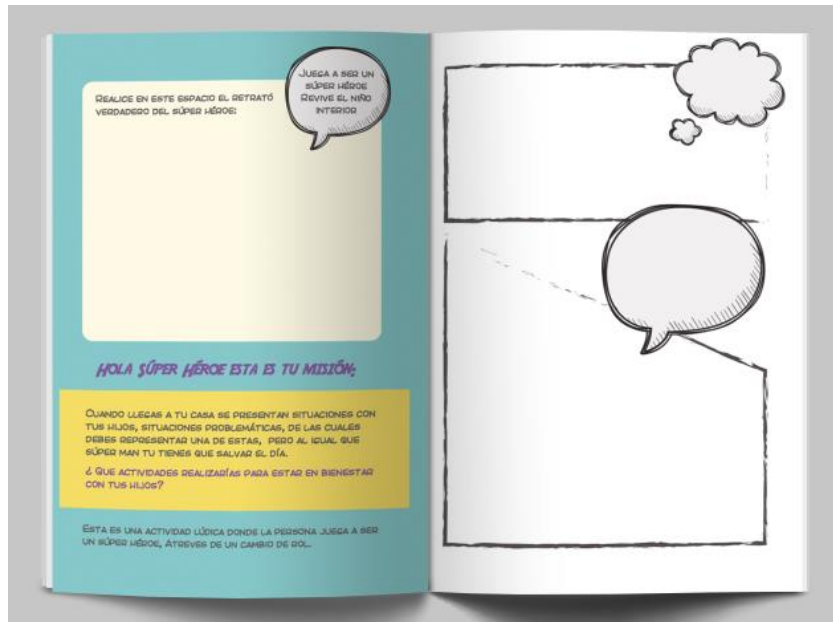
Vamos a crear una historia, es la realización de una actividad lúdica, la cual trata de abordar un Conocimiento más cercano lo que realmente está sucediendo en los hogares y cuál es la situación problemática que más se presenta en el interior de sus hogares, para poder conocer la situación problema más de cerca se realiza una actividad de cambio de rol, donde el público objetivo (empleados de la empresa fábrica de medios) deben jugar con su niño interior, para crear un súper héroe, y la misión de este súper héroe es solucionar la situación problema de su hogar de la mejor manera salvando el día.

El objetivo de esta actividad, está basado en la teoría de la psicología inversa, donde a través de una actividad lúdica el público objetivo cambia de rol, se le presentan las tres categorías identificadas por el análisis teórico que son: la falta de un modelo de autoridad en el hogar, falta de tiempo de los padres en el hogar y la manera de reaccionar frente a los conflictos con los hijos y el actor participante identifica la situación problema que más se presenta al interior de su

hogar, desarrollando una solución ideal mediante la realización de dibujos.

El instrumento que se utilizó para la realización de la actividad vamos a crear una historia, fue un formato comic, el cual se realizó en dos hojas, ocho páginas.

Restrepo, M. (2017). Vamos a crear una historia Portada [Fotografía]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.



Restrepo, M. (2017). Vamos a crear una historia Páginas internas[Fotografía]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.



Restrepo, M. (2017). Vamos a crear una historia Páginas finales[Fotografía]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.



Restrepo, M. (2017). Vamos a crear una historia Contra portada [Fotografía]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

Un formato en el cual el actor participante podía tomar decisiones desde que comienza la actividad, puede comenzar a jugar con su cambio de rol volviéndose un súper héroe para poder solucionar la situación problema de la mejor manera.

4.1.3 Llegan las cartas

Llegan las cartas es la tercera actividad, tiene una duración de veinte minutos frente a los actores participantes (empleados fábrica de medios).

Para esta actividad, se le presentó los actores participantes (empleados de la fábrica de medios) un correo familiar, el cual llega destinado a cada uno de los participantes el correo viene enviado de una familia llamada Martínez Rueda, la familia Martínez rueda es una familia simulada con la

cual se presentó ciertas situaciones que estaban ocurriendo al interior de su hogar.

La historia que se presentó, mediante la carta que llega en el correo familiar es una situación de conflicto donde su hijo es grosero con sus mayores y no hace caso a lo que sus padres le ordenan. El objetivo de esta actividad fue determinar cómo los empleados de la empresa abordan y clasifican la situación que ocurrió al interior de la familia Martínez Rueda, donde los empelados proporcionan un consejo a la familia Martínez Rueda y lo clasifican mediante aspectos positivo y negativo frente a la situación problema, dando a conocer como ellos afrontan situaciones problemas de manera empírica al interior de su hogar.

Familia Martínez Rueda

Hola soy Cecilia Martínez madre de familia, vivo con mi esposo Carlos, mi hijo Alejandro y mi mamá Ana, mi esposo y yo trabajamos todo el día y cuando llegamos a la casa en la noche nos damos cuenta que nuestro hijo Alejandro no ha realizado sus deberes y es algo grosero con su abuela Ana, tomamos medidas como regañar a Alejandro y decirle que debe cumplir sus deberes y respetar a sus mayores pero él hace caso omiso a lo que le decimos.

Esta situación nos tiene preocupados, ustedes como padres que consejos nos darían

A partir de su consejo para la familia Martínez Rueda escriba en este espacio los aspectos positivos y negativos de este consejo a futuro.

+

Restrepo, M. (2017). Llegan las cartas [Fotografía]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

La carta de la actividad se presentó en formato media carta donde en la parte superior se

encuentra la situación que se presenta al interior del hogar de la familia Martínez Rueda, y en la parte inferior se muestra la indicación del desarrollo de la actividad y los espacios destinados para la realización de la escritura del consejo que brinda el empleado de la empresa fábrica de medios, dividido en un cuadro positivo y negativo.

4.1.4 Tiempo con la familia Martínez Rueda

El desarrollo de un instrumento metodológico que recopilará información desde el arraigo del campo académico del diseño gráfico es una prioridad en la generación de información desde los actores participantes (empleados de la empresa fábrica de medios), es en este punto donde se desarrollo el instrumento llamado tiempo con la Familia Martínez Rueda.

Tiempo con la Familia Martínez Rueda, se presenta como la cuarta actividad y tiene una aproximación de quince minutos.

Tomemos un receso, donde se presenta una situación de ayuda a la familia, jugando con los mejores recuerdos que poseen los empleados de la empresa Fábrica de medios, aquellos en los que han compartido con su familia, se pide que tras una anécdota personal que hayan vivido al interior de su hogar con su familia, le cuenten a la Familia Martínez Rueda y así esta pueda tomar como referente para poder compartir más tiempo al interior del hogar.

El objetivo de esta actividad es conocer los espacios donde los padres o cuidadores comparten con su familia y mediante qué actividad lo hacen, dando a conocer algunos elementos gráficos que pueden llegar a concluir la pieza gráfica que apoye la inclusión de una estrategia de responsabilidad familiar para la empresa fábrica de medios.



Restrepo, M. (2017). Tiempo con la Familia Martínez Rueda [Fotografía]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

Tiempo con la Familia Martínez Rueda, se presenta en un formato media carta donde en la parte superior se presenta la necesidad de la Familia Martínez Rueda por compartir más tiempo al interior de su hogar, en la parte inferior del formato se encuentra en espacio donde el actor participante puede escribir su anécdota personal junto a su familia. Como posible opción para que la Familia Martínez Rueda comparta más al interior de su hogar.

4.1.5 Actividad conclusión de tomemos un receso

La duración de la conclusión de tomemos un receso llevo un tiempo de veinte minutos. Para esta quinta actividad se realizó una filmación de la conclusión en general de todos los

actores participantes de la actividad, la cual se realizó a modo de conversatorio abierto y se escucharon todas las opiniones y conclusiones que generaron los empleados de la empresa fábrica de medios después del desarrollo de las cuatro actividades anteriores propuestas por la metodología para la generación de información.

El objetivo de esta actividad es concluir abiertamente lo que está sucediendo en la casa, cuáles son las problemáticas más relevantes y que posibles soluciones pueden llegar a generarse frente a estas.

Para finalizar los tres parámetros mencionados anteriormente finalizamos con el aspecto de entregar, este punto es fundamental a la hora de la evaluación de los resultados arrojados por la metodología, donde se plantea un flujo de posibles soluciones frente a la situación problema más relevante.

Capítulo 5

Análisis y hallazgos de la metodología

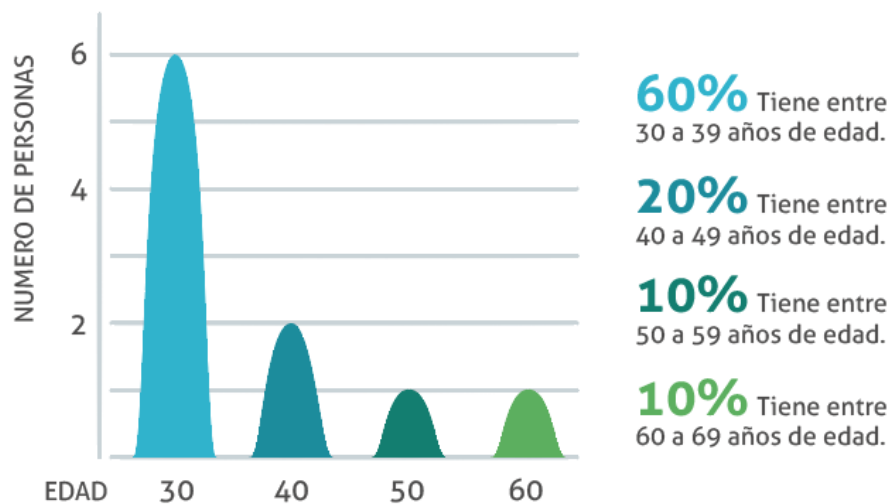
5.1 Tomemos un receso

5.1.1 Hallazgos de la Presentación

Es bueno poner en contexto a las personas con las cuales se va a realizar la actividad, ya que de entrada los empleados de fábrica de medios tomaron una postura de interés frente a las actividades que se le presentaron.

5.1.2 Análisis de vamos a crear una historia

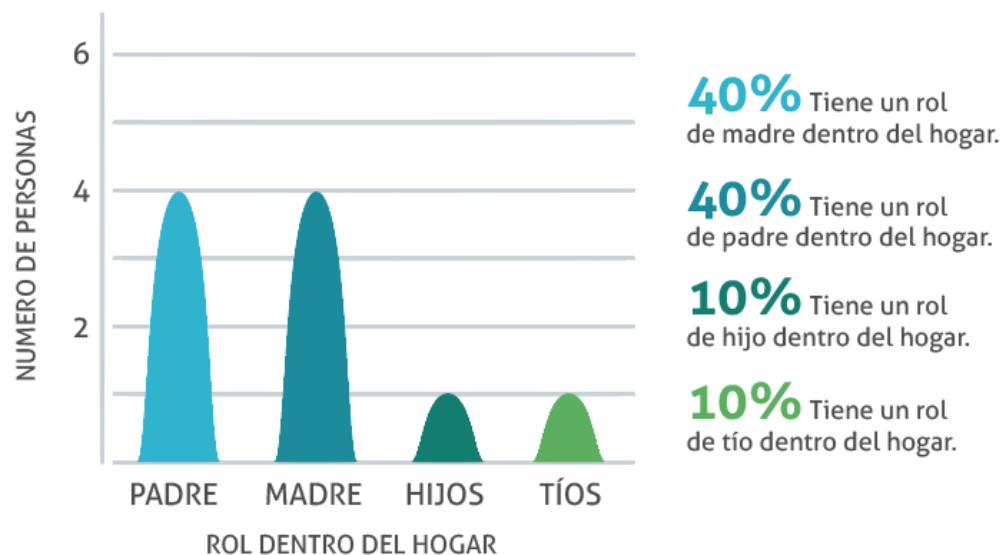
A continuación, se presentan los análisis arrojados por la metodología tomemos un receso en la actividad vamos a crear una historia, de los límites de edades de los empleados de la empresa fábrica de medios.



Restrepo, M. (2017). Análisis de edad, actividad vamos a crear una historia [Imagen].

Recuperado de María Alejandra Restrepo.

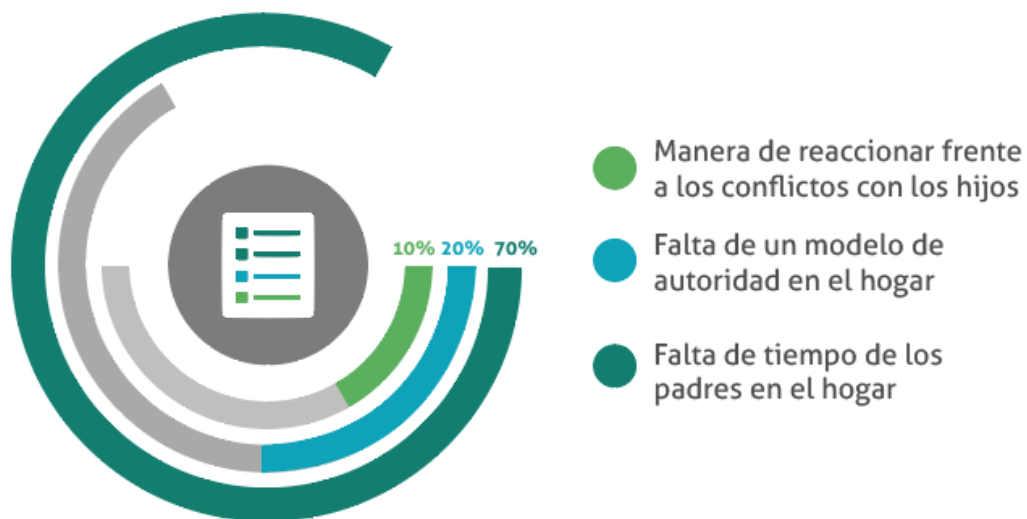
Los roles que desempeñan los empleados de la empresa fábrica de medios dentro de su hogar, son fundamentales para el desarrollo metodológico, a continuación, se presentan los análisis.



Restrepo, M. (2017). Análisis de roles familiares, actividad vamos a crear una historia

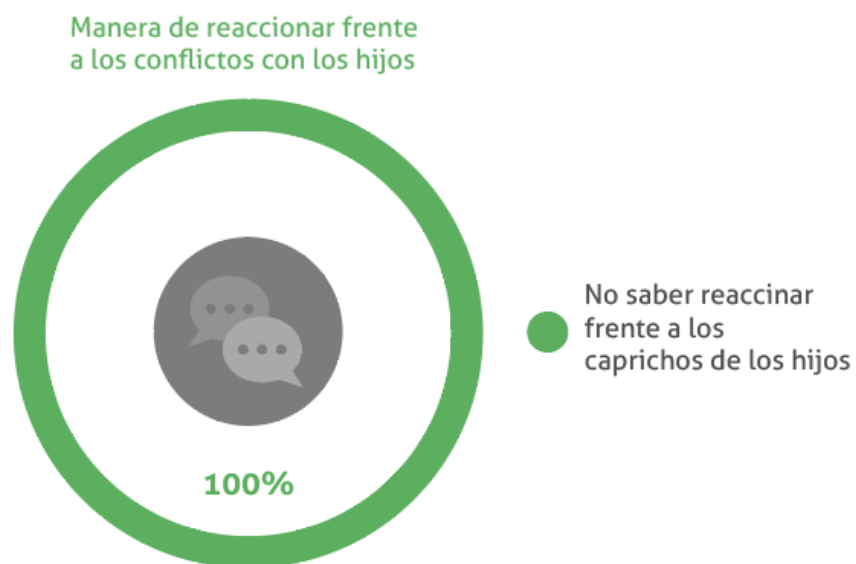
[Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

El objetivo de esta actividad era que los empleados de fábrica de medios identificaran la situación problema que más se presenta al interior de su hogar, se le presentaron tres categorías identificadas por el análisis teórico que son: la falta de un modelo de autoridad en el hogar, falta de tiempo de los padres en el hogar y la manera de reaccionar frente a los conflictos con los hijos. A continuación, el análisis.



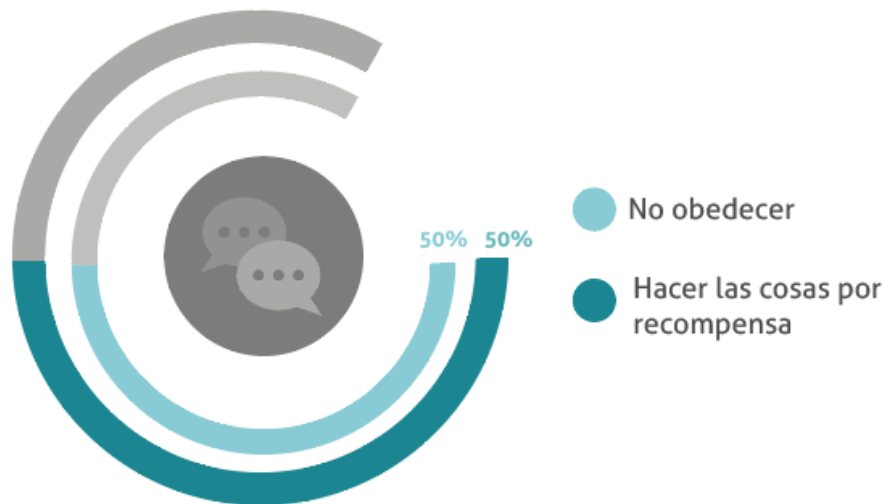
Restrepo, M. (2017). Análisis de situación problema, actividad vamos a crear una historia [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

Se presentan los conflictos internos de cada categoría identificada, según la información suministrada por los empleados de la empresa fábrica de medios.



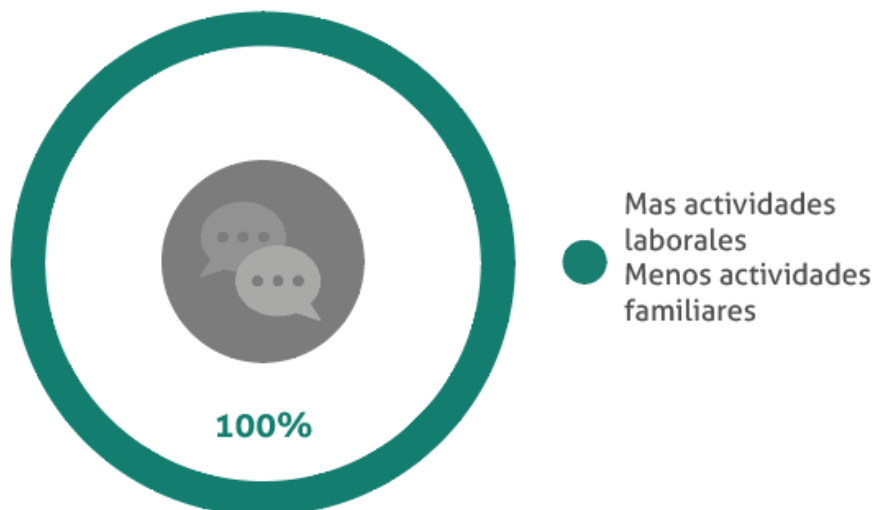
Restrepo, M. (2017). Análisis de manera de reaccionar frente a los conflictos con los hijos, actividad vamos a crear una historia [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

Falta de un modelo de autoridad en el hogar



Restrepo, M. (2017). Análisis de falta de un modelo de autoridad en el hogar, actividad vamos a crear una historia [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

Falta de tiempo de los padres en el hogar



Restrepo, M. (2017). Análisis de falta de tiempo de los padres en el hogar, actividad vamos a crear una historia [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

5.1.3 Hallazgos de vamos a crear una historia

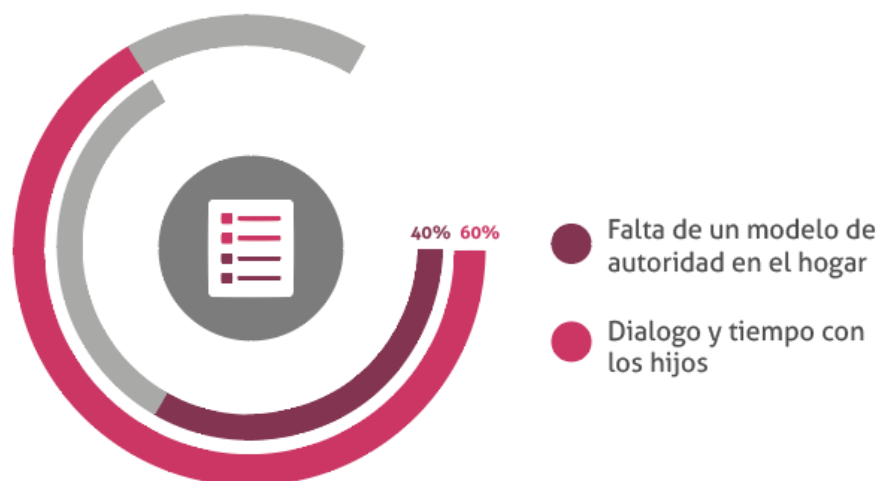
Tras los hallazgos arrojados por la actividad vamos a crear una historia se identificó que la situación problema que más se presenta al interior de los hogares de los empleados de fábrica de medios, es la falta de tiempo en el hogar por actividades laborales.

Donde la actividad laboral toma la prioridad de su tiempo, dejando a un lado el tiempo de calidad con su familia al interior del hogar.

5.1.4 Análisis de llegan las cartas

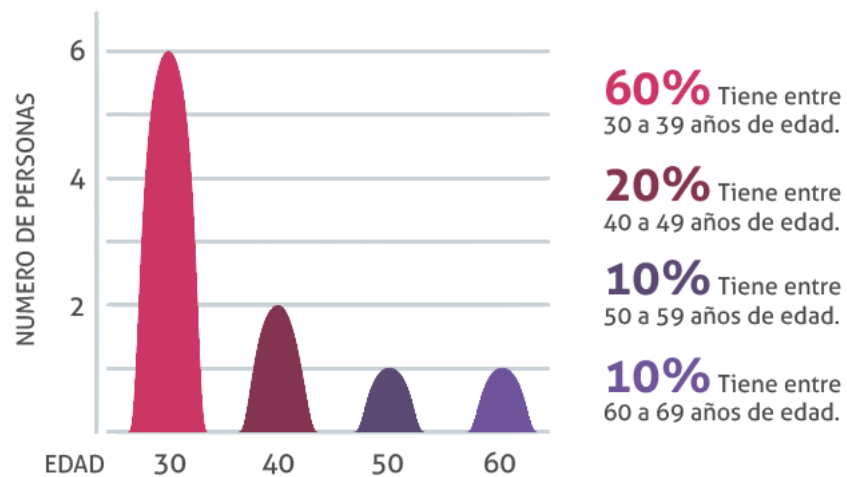
El objetivo de esta actividad fue ver como los empleados de la empresa fábrica de medios clasificaban la situación ejemplo que ocurrió al interior de la familia Martínez Rueda, donde los empleados proporcionaron un consejo a la familia Martínez Rueda y lo clasifican mediante aspectos positivo y negativos.

La identificación de dos grandes conceptos claves fueron la falta de un modelo de autoridad en el hogar y la importancia del dialogo y tiempo con los hijos.



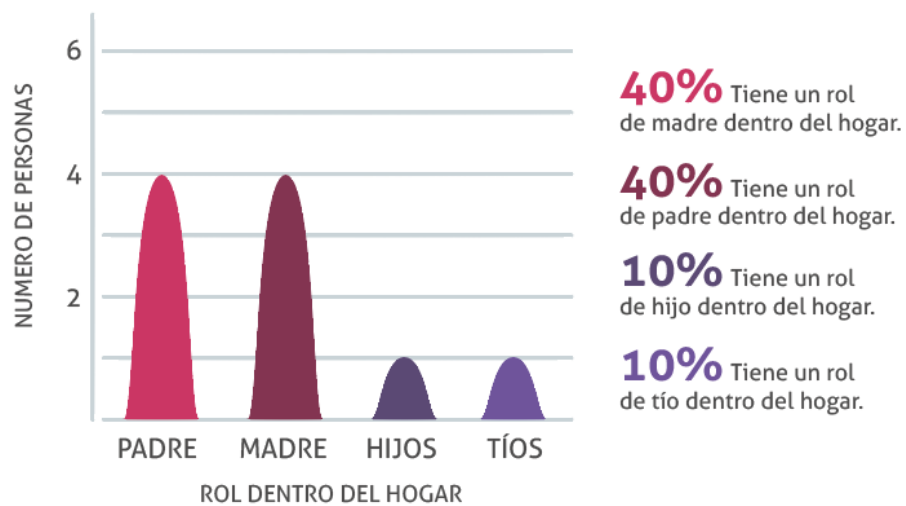
Restrepo, M. (2017). Análisis de la situación ejemplo planteada, actividad llegan las cartas [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

A continuación, se presentan los análisis arrojados por la metodología tomemos un receso en la actividad llegan las cartas, de los límites de edades de los empleados de la empresa fábrica de medios.



Restrepo, M. (2017). Análisis de edad, actividad llegan las cartas [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

Seguido del análisis de roles familiares en el hogar, que se desempeñan los empleados de la empresa fábrica de medios.



Restrepo, M. (2017). Análisis de roles familiares, actividad llegan las cartas

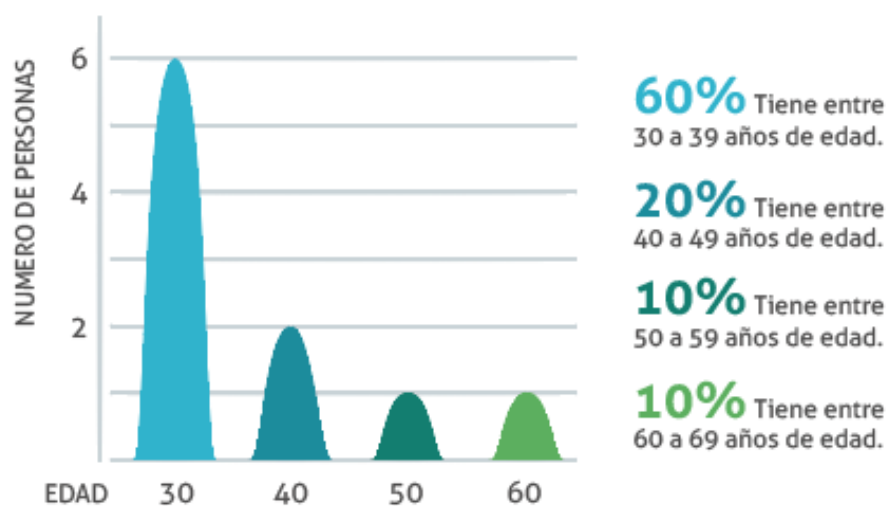
[Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

5.1.5 Hallazgos de llegan las cartas

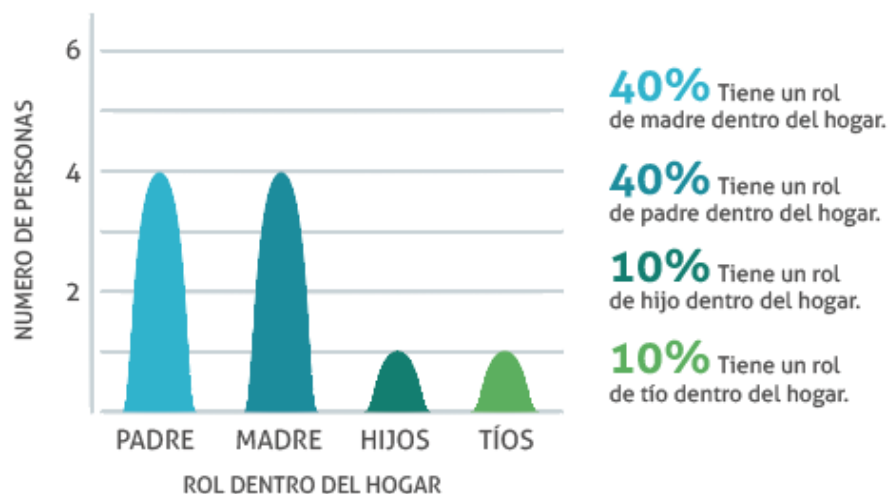
Tras la actividad realizada llegan las cartas, se presenta que el 60% de las personas prefieren solucionar los problemas con sus hijos mediante un dialogo.

Donde el dialogo al interior de la familia es un factor importante para la generación de una buena relación familiar.

5.1.6 Análisis tiempo con la familia



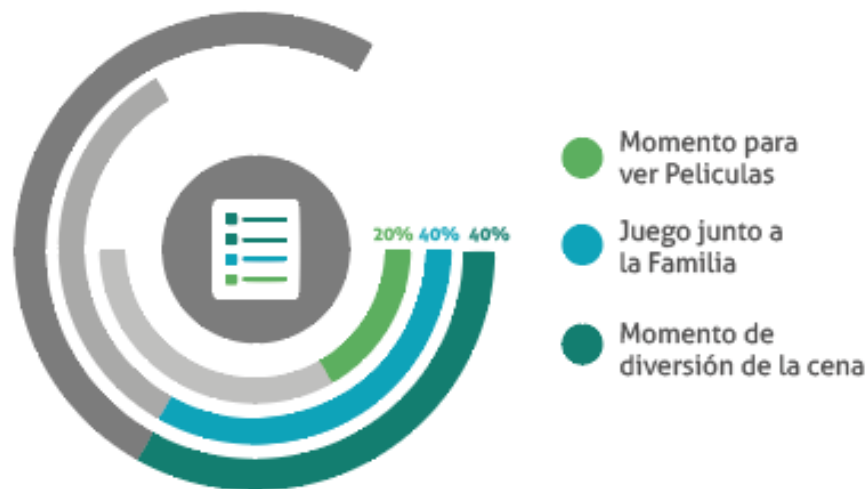
Restrepo, M. (2017). Análisis de edad, actividad tiempo con la familia [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.



Restrepo, M. (2017). Análisis de roles familiares, actividad tiempo con la familia [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

El objetivo de esta actividad fue conocer los espacios donde los padres o cuidadores comparten

con su familia y mediante qué actividad lo hacen, dando a conocer algunos elementos gráficos que pueden llegar a concluir la pieza gráfica que apoye la inclusión de una estrategia de responsabilidad familiar para la empresa fábrica de medio, a continuación, se presentan las actividades que más realizan los padres y cuidadores al interior del hogar.



Restrepo, M. (2017). Análisis de las actividades que realizan los padres y cuidadores, actividad tiempo con la familia [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

5.1.7 Hallazgos de tiempo con la familia

Tiempo con la familia es una actividad que permite identificar el espacio y momento adecuado para la intervención de una estrategia de responsabilidad familiar corporativa, en este análisis los empleados de la empresa fábrica de medios arrojaron que las actividades que mas realizan en su hogar es compartir una cena y jugar, espacios en los cuales pueden hablar, divertirse y compartir un excelente tiempo de calidad con su familia, actividades que pueden fortalecer las relaciones interfamiliares.

5.1.8 Hallazgos de la actividad de conclusiones

La actividad de conclusiones fue realizada a modo de conversatorio en donde cada uno de los empleados de la empresa fábrica de medios opino acerca de la actividad tomemos un receso.

Las conclusiones rondaron acerca de la situación que más se presenta al interior de los hogares y es la falta de tiempo de los padres, muchos comentaban que por la realización de actividades externas olvidan el tiempo de calidad con sus familias, cuando este debe ser la prioridad ya que el tiempo no se puede recuperar, algunos daban posibles soluciones como madrugar más, dejar de ver televisión y demás, pero lo que más resalto fue la necesidad de compartir más con la familia y que hasta el momento de la conclusión no habían tenido en cuenta la importancia de compartir al interior de sus familias.

Capítulo 6

Diseño

Luego de un proceso de análisis se produce a una etapa de diseño.

6.1 Conceptos teóricos

Tras la evaluación y análisis se desarrolla, una serie de conceptos teóricos los cuales serán elementales y la base para el desarrollo del proceso de diseño los cuales son:

- Compromiso familiar
- Dialogo continuo
- Lúdico familiar

6.2 Análisis gráfico

Tras un análisis en los elementos gráficos que fueron aplicados para la realización del proceso metodológico tomemos un receso, es importante recalcar que se debe generar un vínculo con la pieza, una representación familiar, recordación, pregnancy, una línea gráfica ilustrada, una paleta de color cálida y unos mensajes cortos e informativos.

6.3 Estrategia de diseño

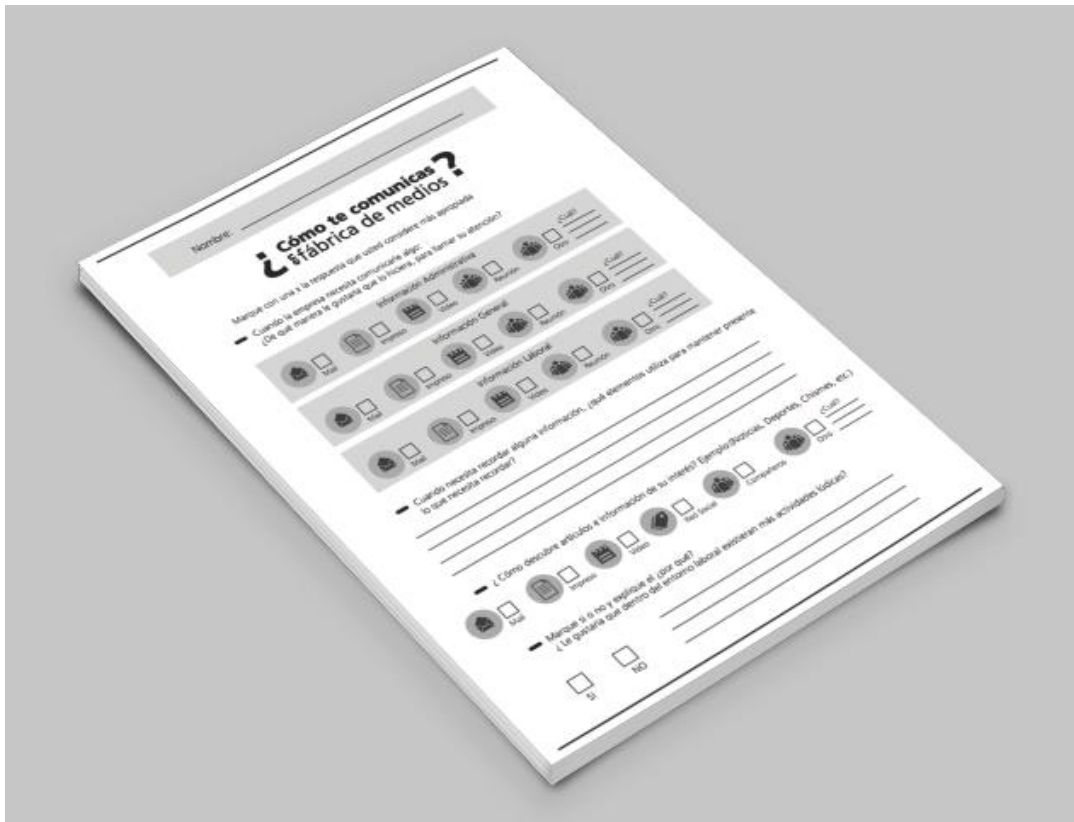
Tras una búsqueda de una estrategia de diseño que sea la más pertinente y cumpla con el objetivo a realizar a este proyecto se concluye que la comunicación organizacional es la más pertinente, acompañada de un desarrollo de comunicación visual.

Una comunicación organizacional que funcione de manera clara y eficaz dentro de la empresa FM a la hora de ser aplicada, que comunique de manera efectiva el mensaje de desarrollar la responsabilidad familiar corporativa, como se indica en el libro de comunicación organizacional. Adler, R. & Marquardt, J. (2005). Comunicación Organizacional. Bogotá: Universidad Piloto de Colombia.

Donde es importante establecer una relación directa desde la comunicación visual para que acompañada de la comunicación organizacional sean la estrategia de diseño pertinente para el desarrollo de la estrategia a aplicar.

Una comunicación visual referenciada bajo las metodologías aplicadas en el libro el diseño de comunicación. Frascara, J. (2006). El diseño de Comunicación. Bogotá: Universidad Piloto de Colombia.

para reconocer el funcionamiento y los canales de las comunicaciones internas en la empresa fábrica de medios se desarrolla un instrumento de recolección de información llamado: ¿como te comunicas en fábrica de medios?



Restrepo, M. (2017). Instrumento para recolectar información ¿Cómo te comunicas en fábrica de medios? [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

Este instrumento fue aplicado a los empleados de la empresa fabrica de medios y tras el análisis de los resultados se muestran las siguientes gráficas:

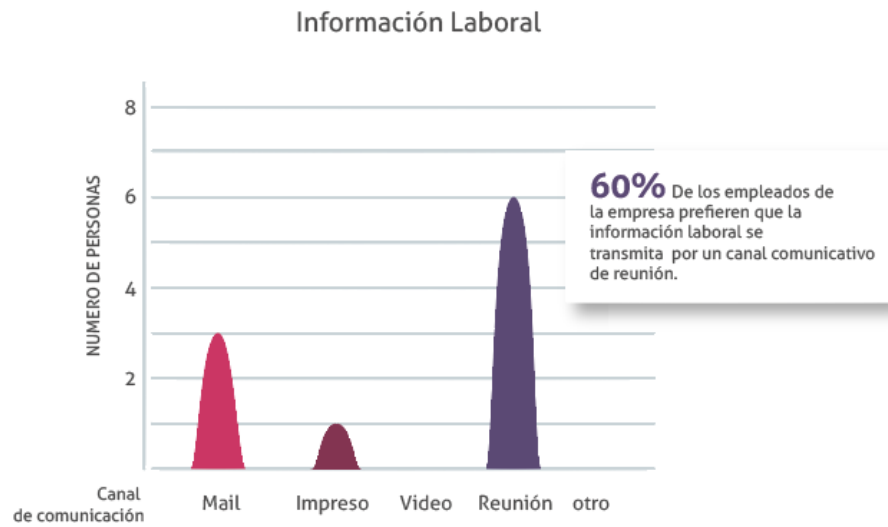
Primero se analiza los canales que los empleados prefieren para la transmisión de información tanto, administrativa, general y laboral.



Restrepo, M. (2017). Análisis del canal más pertinente para la transmisión de la información administrativa [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

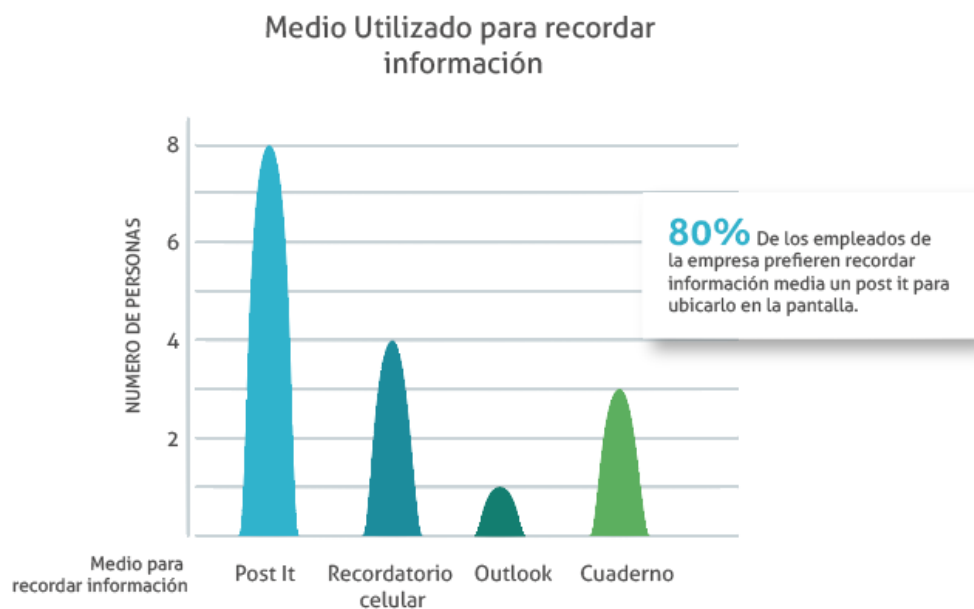


Restrepo, M. (2017). Análisis del canal más pertinente para la transmisión de la información general [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.



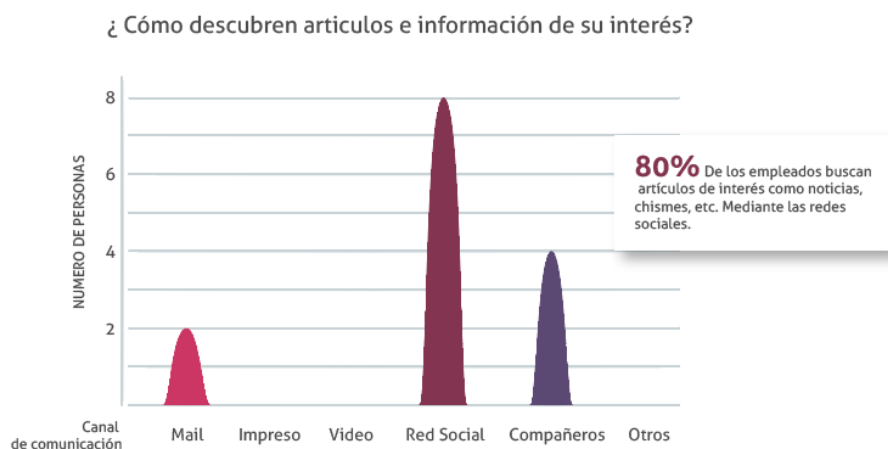
Restrepo, M. (2017). Análisis del canal más pertinente para la transmisión de la información laboral [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

Luego se realizó un análisis de que medios utilizan los empleados de la empresa, para recordar información dentro de su campo laboral, esta pregunta se dejó abierta y se generaron las siguientes categorías.



Restrepo, M. (2017). Análisis del medio de recordación de información [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

Es importante reconocer de qué manera se informan a manera personal, que canal utilizan para buscar información como noticias, entretenimiento chismes y demás.



Restrepo, M. (2017). Análisis de que canal de comunicación utilizan para buscar información de interés [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

Es bueno reconocer que tan pertinente es la realización de actividades lúdicas en el eterno laboral, desde la percepción de los empleados así que se presenta el siguiente análisis.

Le gusta la realización de actividades lúdicas
dentro del ambiente laboral



Restrepo, M. (2017). Análisis de la realización de actividades lúdicas en FM [Imagen].
Recuperado de María Alejandra Restrepo.

Bajo la estrategia de diseño nace “PRIMERO MI FAMILIA” Estrategia de comunicación organizacional para el desarrollo de la responsabilidad familiar corporativa en la empresa fabrica de medios.

6.4 Objetivo General para la Estrategia de comunicación organizacional primero mi familia

Con el ánimo de generar una comunicación organizacional para el desarrollo de la responsabilidad familiar corporativa dentro de la empresa fábrica de medios, que informe, eduque y prevenga sobre la falta de tiempo que no comparten en su hogar y fortalecer las relaciones familiares y laborales, se presenta la siguiente estructura de la estrategia dividida en dos fases una argumentación y una metodología:

6.5 Argumentación para la Estrategia de comunicación organizacional primero mi familia

Para lograr este objetivo:

1. La empresa FM va resaltar con sus empleados la política de los horarios fijos: Entrada 9: am y salida 6:00 pm.
2. Promoverá el desarrollo de una metodología de tráfico o check list de actividades diarias, para optimizar el rendimiento, con el fin que no les tome más tiempo del destinado al horario laboral.
3. Establecerá un compensatorio, día o medio día, en caso de tener que sobrepasar el horario establecido si se presenta un proyecto especial.

4. La empresa FM se compromete a organizar cuidadosamente el volumen de trabajo que recibe de sus clientes y brindará tiempos de entrega sensatos, teniendo en cuenta los tiempos de sus empleados evitando que se deban quedar más tiempo de sus jornadas laborales.

5. Propondrá actividades semestrales para incentivar el fortalecimiento de las relaciones familiares donde los empleados desarrollarán un reto.

6. Realizará una actividad o evento semestral empresarial de integración para socializar el reto realizado y premiar su participación.

6.6 Metodología para la Estrategia de comunicación organizacional primero mi familia

Esta estrategia de comunicación organizacional será implementada mediante una metodología estructurada en 4 pasos.

1. Expectativa

2. Educativa

3. Reto

4. Evento

6.6.1. Expectativa

Conociendo de cerca la comunicación de la empresa, se ubicará un pequeño adhesivo para las pantallas avisando que algo va a pasar, para generar una expectativa.

El paso a seguir es colocar otro adhesivo recordando el horario, tanto como de entrada como de salida de la jornada laboral.

6.6.2. Educativa

Aprovechando los recursos y la manera en la cual los empleados de fábrica de medios se comunican y buscan información de interés general, se utilizará las redes de la empresa para postear infografías con datos claves acerca de la importancia de la responsabilidad familiar corporativa.

6.6.3. Reto

Se realizará una actividad donde será premiado el dibujo más creativo. Para crear un vínculo directo con la familia de los empleados, se realizará el muro familiar; en el cual cada uno de los empleados junto con su familia realizaran un dibujo en el cual ellos se representen. El cual será llevado a la empresa y será colocado en el muro familiar.

6.6.4. Evento

El evento será realizado para compartir una tarde con los compañeros de su entorno laboral, donde será un recuento de las experiencias, anécdotas y conclusiones a modo de resultado después de la aplicación de la metodología de la estrategia de la comunicación organizacional para el desarrollo de la responsabilidad familiar corporativa primero mi familia.

- presentación del muro familiar
- Premiación donde se entregará una cena para el ganador y su familia patrocinada por la empresa fábrica de medios.
- Recordatorio: un kit que llevara un planeador de juegos familiares, una cartilla de recetas para realizar en familia y un tablero de méritos.

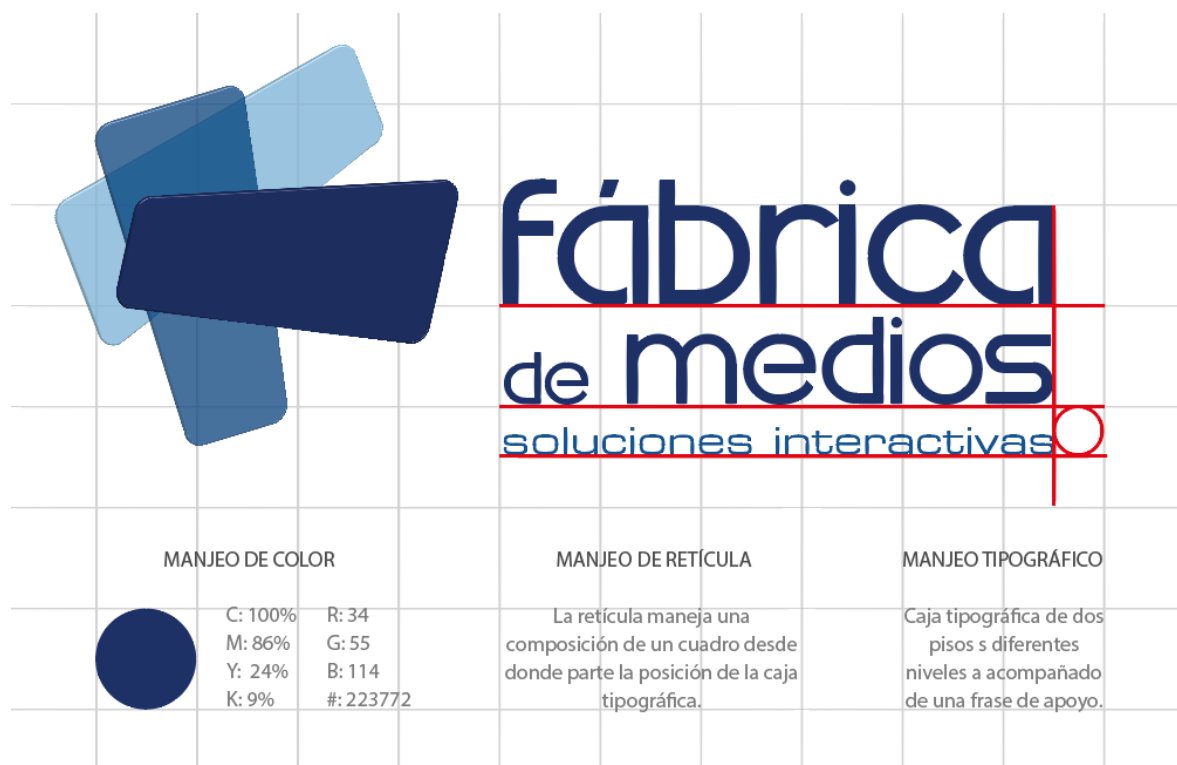
Cuando se desarrolla la estrategia de la comunicación organizacional es clave resaltar que esta comunicación debe funcionar atada a una puesta en escena de una comunicación visual, ya que desde la experticia del diseño gráfico es vital la imagen como principal canal de transmisión de información conjunto a la comunicación.

6.7 Muestra gráfica de la Estrategia de comunicación organizacional primero mi familia.

El desarrollo para la muestra visual de la estrategia comunicacional primero mi familia, comienza a partir de desarrollar un identificador propio de esta.

Es clave reconocer que esta estrategia está diseñada para ser aplicada en la empresa fábrica decimos así que visualmente debe estar atada a la imagen corporativa propia de la empresa.

Comenzando desde un análisis gráfico de su identificador corporativo.



Restrepo, M. (2017). Análisis del identificador corporativo de la empresa fábrica de medios [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

Cuando se tiene analiza el manejo gráfico del identificador corporativo, se realiza un identificador que maneje una relación estética y gráfica que se acople a la imagen de FM, donde debe presentar una representación y una unidad familiar.



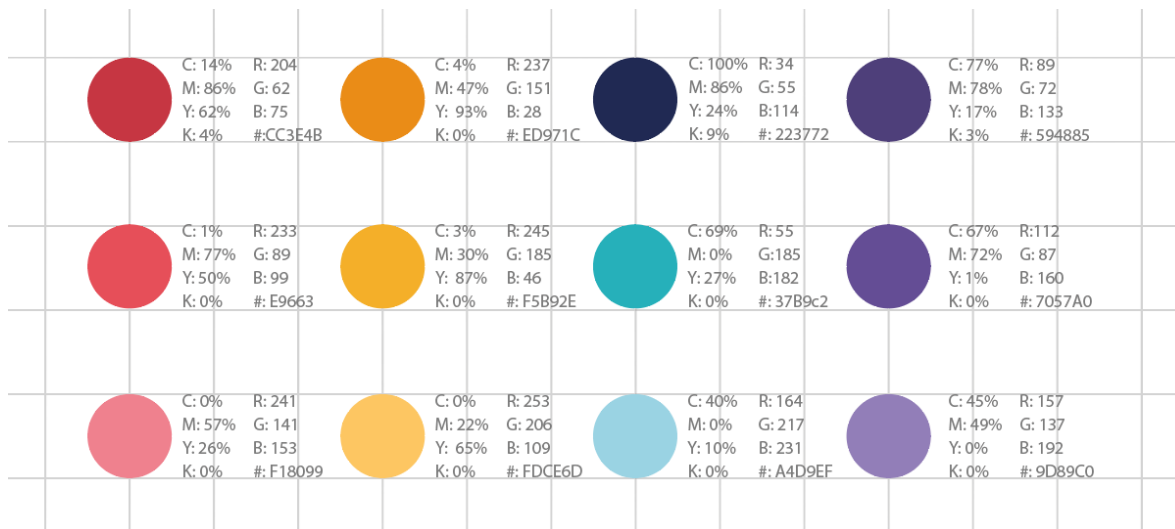
Restrepo, M. (2017). Boceto para identificador PRIMERO MI FAMILIA [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.



Restrepo, M. (2017). Identificador de la estrategia de comunicación organizacional PRIMERO MI FAMILIA [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

Se plantea una paleta de color cálido, siguiendo los hallazgos recogido a través del estado del arte y el proceso metodológico.

A continuación, la paleta de color:



Restrepo, M. (2017). Paleta de color de la estrategia de comunicación organizacional PRIMERO MI FAMILIA [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

También se plantea una tipografía propia para el desarrollo visual de la estrategia de la comunicación organizacional, la cual se manejan dos familias tipográficas.

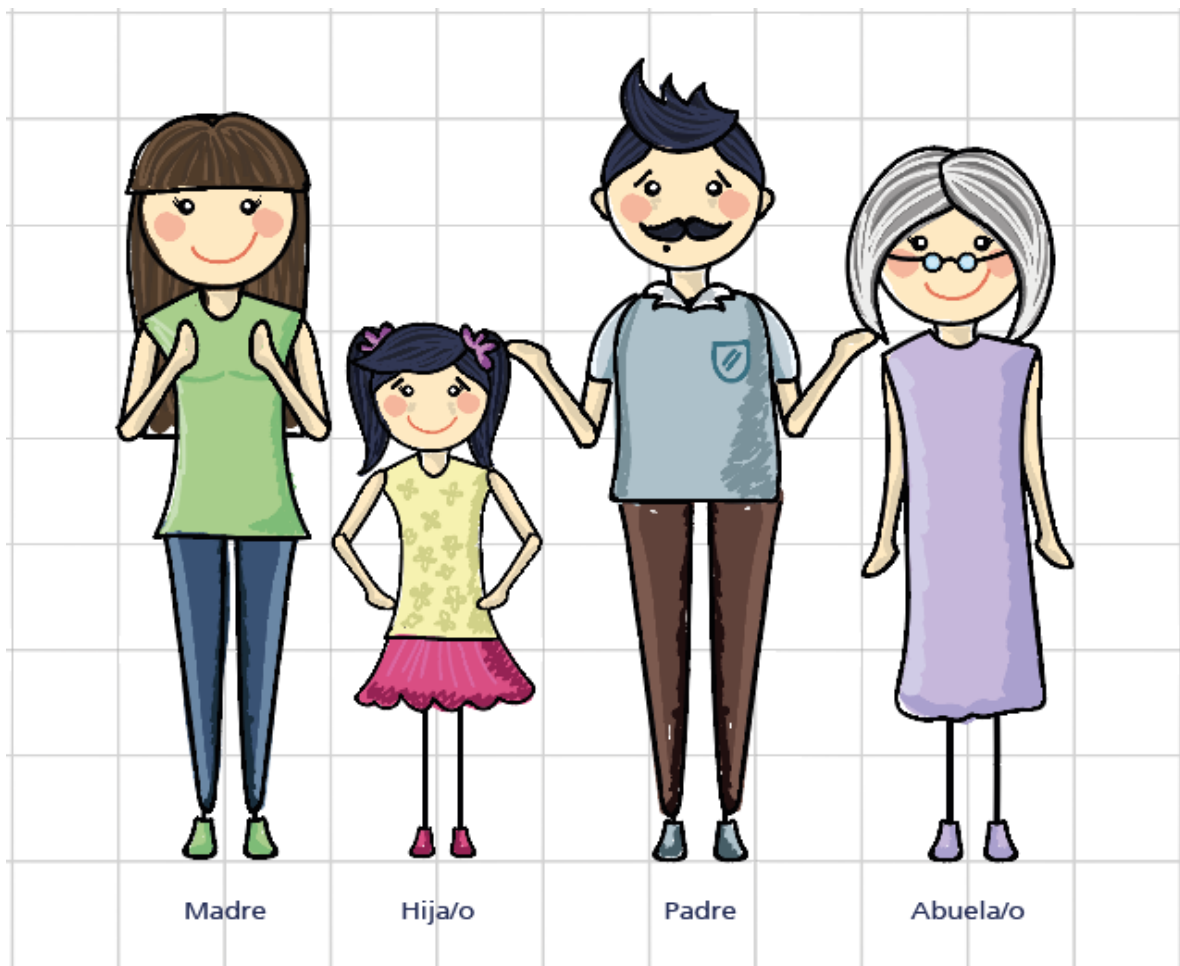
La primera para el desarrollo de títulos como para el desarrollo tipográfico del identificador es la tipografía Aller, la cual maneja dos variables una variable tipo regular y una variable tipo Bold, las cuales las dos son pertinentes para el uso tipográfico de primero mi familia.

La segunda fuente tipográfica es Frutiger la cual maneja variables, pero para el uso de texto la más adecuada es estilo Roman para texto general y texto destacado la categoría Bold; Frutiger es una fuente de dos pisos que facilita la legibilidad y retención del texto.



Restrepo, M. (2017). Tipografía de la estrategia de comunicación organizacional PRIMERO MI FAMILIA [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

Bajo los hallazgos encontrados en el estado del arte, y aplicados en el diseño de los instrumentos metodológicos de tomemos un receso, es importante que gráficamente se vea representada la familia y la unidad que esta debe representar, es allí donde se presenta una familia ilustrada donde se muestra los posibles diferentes roles de los integrantes de una familia.



Restrepo, M. (2017). Personajes estrategia de comunicación organizacional PRIMERO MI FAMILIA [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.



Restrepo, M. (2017). Composición familia de la estrategia de comunicación organizacional PRIMERO MI FAMILIA [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

Cuando se desarrolla el estilo grafico que se utiliza para la comunicación visual de la estrategia de la comunicación organizacional, se desarrollan las herramientas gráficas las cuales son elementales para la aplicación de primero mi familia.

A continuación, la muestra de las herramientas:

6.7.1 Guía

Se presenta la guía para el desarrollo de *PRIMERO MI FAMILIA*; estrategia de comunicación organizacional para el desarrollo de la responsabilidad social corporativa en la empresa Fábrica de medios.

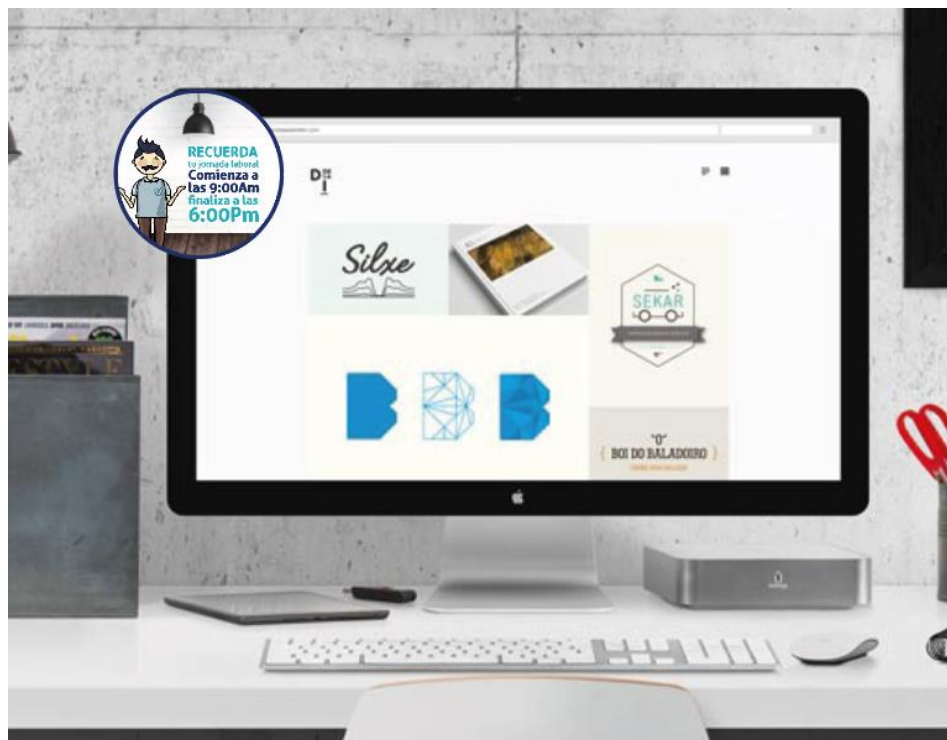


Restrepo, M. (2017). Guía estrategia de comunicación organizacional PRIMERO MI FAMILIA [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

Esta guía es la muestra de cómo se debe aplicar la estrategia de comunicación organizacional Primero mi familia, un paso a paso de cómo deben comenzar a seguir la argumentación y el debido funcionamiento de la metodología para fortalecer el desarrollo de la responsabilidad familiar corporativa dentro de la empresa.

6.7.2 Saltarines para la pantalla

Estas herramientas gráficas son utilizadas en el primer paso de la aplicación de la metodología en la fase de expectativa. Son estas herramientas las que van a transmitir el mensaje de que algo va a pasar y algo se debe recordar.



Restrepo, M. (2017). Saltarines de pantalla estrategia de comunicación organizacional PRIMERO MI FAMILIA [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

6.7.3 Infografías

La muestra de pequeñas infografías informativas por medio de los canales de comunicación de redes sociales que maneja la empresa, son las que transmiten un mensaje informativo a sus empleados de por qué es importante el desarrollo de la responsabilidad familiar corporativa dentro de la empresa animándolos a que haya un compromiso familiar.



Restrepo, M. (2017). Infografías, PRIMERO MI FAMILIA [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

6.7.4 Muro familiar

Se presenta la propuesta del reto como funciona y los criterios de evaluación de este.



Restrepo, M. (2017). Muro familiar estrategia de comunicación organizacional PRIMERO MI FAMILIA [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

6.7.5 Evento

Para este evento se realiza una invitación para el empleado donde se muestra lugar, hora y fecha del evento de la actividad lúdica que se desarrollara en la empresa fabrica de medios.



Restrepo, M. (2017). Invitación evento estrategia de comunicación organizacional PRIMERO MI FAMILIA [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

6.7.6 Recordatorio

Para finalizar el evento la empresa regala a los empleados un kit, para que lleven a sus hogares, en el cual se encuentra un planeador de juegos, una cartilla de recetas y un tablero de méritos, estas herramientas son las que fortalecerán las relaciones intrafamiliares al interior del hogar, permitiendo que el empleado presente un momento con su familia, tanto jugando, cenando desarrollando un dialogo, un compromiso familiar y una actividad lúdica.

Sin dejar de lado que estos conceptos se vienen aplicando desde la aplicación de la argumentación de la estrategia.



Restrepo, M. (2017). Recordatorios evento estrategia de comunicación organizacional PRIMERO MI FAMILIA [Imagen]. Recuperado de María Alejandra Restrepo.

Esta estrategia será aplicada fase por fase como primer desarrollo de la responsabilidad familiar corporativa, dentro del factor humano del programa de responsabilidad social corporativa, en los empleados de la empresa fabrica de medios. Los cuales comenzaran a desarrollar habilidades sobre, el compromiso de responsabilidad familiar que deben tener al interior de sus hogares. Donde los resultados positivos de estas habilidades serán reflejados en su entorno laboral y personal.

Capítulo 7

Conclusiones

Una oportunidad de mejoramiento o una situación problema puede ser tratada por un diseñador gráfico, considerando que su papel fundamental es ser un estratega de comunicación, el cual tiene la capacidad de desarrollar un modelo de investigación basado en un método cualitativo, para recolectar información desde una base teórica y desde los actores participantes del tema a desarrollar, que permite que el investigador posea un dominio total de la situación a intervenir.

Es importante crear instrumentos investigativos que recolecten información propia de los actores participantes del tema como se menciona anteriormente, ya que son estos los que muestran la necesidad y conceptos propios del tema a tratar, reconociendo cuales son las falencias y aportes que se pueden generar para el desarrollo de una metodología que dé respuesta a la oportunidad de mejoramiento. En la empresa fabrica de medios se identificó una situación a intervenir en su plan de responsabilidad social empresarial, donde se quería hacer un acercamiento al factor humano de los empleados de la empresa.

El análisis de los instrumentos y la base teórica que se generó de los problemas más comunes en Colombia, determinó que la problemática que más se presenta al interior de los hogares de los empleados de la empresa fabrica de medios, es la falta de tiempo en los hogares, donde esta situación problema se ve relegada a nivel negativa en el desarrollo de las relaciones personales del empleado.

Cada toma de decisiones arrojó en la etapa final de diseño que la estrategia de comunicación que más se acoplaba para el objetivo de este proyecto, era desarrollar una estrategia de comunicación organizacional para el desarrollo de la responsabilidad familiar en la empresa Fábrica de Medios, la inclusión de esta estrategia de comunicación organizacional en la empresa fábrica de medios resalta el factor humano en el plan de responsabilidad familiar corporativa la cual se desarrolla mediante 4 fases, la primera fase es crear una expectativa de que algo va a cambiar al interior del ambiente empresarial, la segunda fase, es una fase educativa donde a través de los canales de comunicación internos de la empresa se mostraran infografías educativas a los empleados, la tercera fase es un reto, esta cumple con el objetivo de llevar la familia al trabajo por medio de una actividad, y por último una fase de evento esta actividad es una retroalimentación del desarrollo de las tres fases mencionadas anteriormente. Donde se cumple el objetivo de generar un cambio y un mejor desarrollo en las relaciones personales al interior de sus hogares de los empleados de la empresa fábrica de medios, es allí donde nos damos cuenta el papel tan importante que tiene el diseñador gráfico, donde a través de un desarrollo investigativo, puede generar un cambio positivo en el factor humano de las personas que reciben su mensaje.

Capítulo 8

Lista de referentes

Aldeas infantiles sos Colombia. (2016). Detenlo Ya. Bogotá Colombia: Aldeas Infantiles.

Chinchilla, N. & León, C. (2008). Ser empresa familiarmente responsable. Madrid: ISES

Chinchilla, N. (2012, 30 de noviembre). El impacto positivo de la Responsabilidad Familiar Corporativa. IESE. Recuperado de <http://www.iese.edu/es/conoce-iese/prensa-noticias/noticias/2012/noviembre/elimpactopositivodelaresponsabilidadfamiliarcorporativa/>

Cabanas, C. (2012). RSE como modelo de gestión. Bogotá. Recuperado de <http://www.corresponsables.com/actualidad/rse-como-modelo-de-gestion>

Guerrero, A. & Ruiz, G. (2015). Estatus jurídico de la responsabilidad social en Colombia. Bogotá. Recuperado de <http://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/3258/3490>

Mera, A. (2015). Expertos le explican por qué la familia colombiana está en crisis. Bogotá: El país.

Save The Children. (2008). El ABC de la crianza positiva. Bogotá: Save The Children.

Save The Children. (2011). La guía de ciudad protectora. Bogotá: Save The Children